



Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, Ciudad de México, México.
ISSN 2707-2207 / ISSN 2707-2215 (en línea), mayo-junio 2025,
Volumen 9, Número 3.

https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v9i1

**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**

**ANALYSIS OF THE POLITICAL SPEECH ON FACEBOOK AND
INSTAGRAM OF THE ANDEAN PARLIAMENTARIAN
VERÓNICA ARIAS IN THE CITIZEN PERCEPTION OF
ECUADORIANS DURING THE PERIOD JANUARY -
DECEMBER 2024**

Andrea Rebeca Hidalgo Quizhpe
Universidad Nacional de Loja, Ecuador

Víctor Roberto Soto Lopes
Universidad Nacional de Loja, Ecuador

Daniela Stefanie Gallardo Ledesma
Universidad Nacional de Loja, Ecuador

DOI: https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v9i3.17869

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

Andrea Rebeca Hidalgo Quizhpe¹arhidalgoq@unl.edu.ec<https://orcid.org/0009-0006-1501-0844>Universidad Nacional de Loja
Ecuador**Víctor Roberto Soto Lopes**victor.r.soto@unl.edu.ec<https://orcid.org/0000-0003-3204-5986>Universidad Nacional de Loja
Ecuador**Daniela Stefanie Gallardo Ledesma**daniela.gallardo@unl.edu.ec<https://orcid.org/0009-0003-2510-7699>Universidad Nacional de Loja
Ecuador

RESUMEN

Esta investigación surge del interés por comprender cómo los actores políticos configuran sus mensajes en contextos de polarización, desafección ciudadana y crisis institucional. El discurso político se ha convertido en una herramienta clave para construir legitimidad, generar confianza y movilizar apoyos. Se analiza el discurso de Verónica Arias en Facebook e Instagram durante 2024, con el objetivo de identificar estrategias de comunicación, temas predominantes e impacto en la percepción ciudadana. Con un enfoque cualitativo y mediante análisis del discurso, se examinan elementos verbales, no verbales, retóricos y emocionales utilizados para conectar con su audiencia. Los resultados muestran una comunicación basada en las emociones, lenguaje inclusivo y una narrativa cercana y crítica al gobierno, centrada en seguridad, economía, educación y desempleo. A decir de los expertos entrevistados, su discurso destaca por la coherencia, el tono empático y su capacidad de conexión emocional. Verónica Arias afirmó que su discurso busca construir esperanza desde el territorio, priorizando el derecho a vivir sin miedo, tener empleo digno y ser escuchados. Indicó que su propuesta política es ética y cercana a la gente. Además, se evidenció coherencia entre su mensaje verbal y visual, lo que refuerza una imagen accesible y empática, aunque con poca visibilización de su trabajo legislativo en el Parlamento Andino.

Palabras clave: comunicación política, discurso político, redes sociales, lenguaje verbal y no verbal, percepción ciudadana

¹ Autor principal.

Correspondencia: arhidalgoq@unl.edu.ec

Analysis of the Political Speech on Facebook and Instagram of the Andean Parliamentarian Verónica Arias in the Citizen Perception of Ecuadorians during the period January - December 2024

ABSTRACT

This research arises from an interest in understanding how political actors shape their messages in contexts of polarization, citizen disaffection, and institutional crisis. Political discourse has become a key tool for building legitimacy, generating trust, and mobilizing support. Verónica Arias's speech on Facebook and Instagram during 2024 was analyzed, with the objective of identifying communication strategies, predominant topics, and their impact on public perception. Using a qualitative focus and discourse analysis, the article examines the verbal, nonverbal, rhetorical, and emotional elements she has used to connect with her audience. The results present communication based on emotion, inclusive language, and a narrative that is both close and critical of the government, focusing on security, the economy, education, and unemployment. According to the experts interviewed, her speech stands out for its coherence, empathetic tone, and her capacity for emotional connection. Verónica Arias affirmed that her speech seeks to build hope from the ground up, prioritizing the right to live without fear, to have decent employment, and to be heard. She stated that her political proposal is ethical and accessible to the people. Furthermore, there was evidence of consistency between her verbal and visual message, reinforcing an approachable and empathetic image, although with little attention in her legislative work in the Andean Parliament.

Keywords: political communication, political speech, social media, verbal and nonverbal language, citizen perception

Artículo recibido 15 abril 2025

Aceptado para publicación: 19 mayo 2025



INTRODUCCIÓN

La Comunicación política, a nivel mundial, ha evolucionado significativamente con la expansión de los medios digitales. La transformación digital facilita la interacción con los públicos y genera una comunicación más directa entre gobernantes y ciudadanos. Según Restrepo-Echavarría (2019), la comunicación política se ha transformado en una disciplina multidisciplinaria que integra enfoques de ciencias sociales, política y sociología, destacando su relevancia en las democracias modernas. En Latinoamérica, la comunicación política enfrenta desafíos como las restricciones a los medios de comunicación y la falta de libertad de prensa, lo que impacta de forma negativa en la calidad del debate público. Ciria (1969) señala que factores como la concentración de los medios y las restricciones a la libertad de prensa dificultan una comunicación política democrática en la región.

Actualmente, en el contexto político ecuatoriano, las redes sociales se han consolidado como plataformas clave para la comunicación entre los actores políticos y la ciudadanía. Facebook e Instagram, en particular, son escenarios donde no solo se difunden mensajes políticos, sino que también se construyen percepciones, se generan vínculos emocionales y se fortalece o debilita la imagen pública de quienes ejercen cargos políticos. En este sentido, el discurso político se transforma en una herramienta de persuasión, movilización e interacción con la opinión pública. El discurso político es una de las herramientas más importantes dentro de la comunicación para construir relaciones entre los actores políticos y los ciudadanos. No solo informa, sino que moviliza a la opinión pública a través de las emociones. Mediante los discursos, los políticos no solo transmiten sus ideologías, sino que moldean la opinión pública sobre los problemas sociales y las posibles soluciones. Como señala van Dijk (1999), “El discurso político es aquello que es dicho por sus actores o autores, los políticos” (p.12). Los políticos utilizan sus discursos para resaltar sus logros y crear una narrativa que los posicione de manera importante en la opinión pública.

A través del discurso político, se pretende que la ciudadanía se identifique con los proyectos políticos, compartiendo sus necesidades. “Partidos y candidatos elaboran sus mensajes y programas con el fin de persuadir a los electores de que su opción política es la más adecuada para la conducción del país. Estos mensajes pueden tener distintos contenidos de acuerdo con los objetivos perseguidos por el partido o candidato” (Crespo, Garrido, et al., 2011, p.19).



Dentro del discurso político se apela a las emociones para movilizar a los electores, utilizando sentimientos como la indignación, la esperanza, el miedo y la alegría, apoyándose en material visual y una narrativa que genere un ambiente emocional que llame al apoyo hacia cierto candidato, causa o proyecto político, y deslegitime a sus adversarios. La relevancia del discurso político crece con las nuevas tecnologías o plataformas digitales, que ofrecen nuevas oportunidades para que los actores políticos se acerquen más a los ciudadanos. Esto ha llevado a una mayor segmentación del mensaje, aumentando la eficacia del discurso al conocer mejor los intereses y necesidades de diversos sectores de la población.

Según la Secretaría General de la Comunidad Andina (2006) el Parlamento Andino es el órgano deliberante del Sistema Andino de Integración. Su naturaleza es comunitaria y representa a los pueblos de la Comunidad Andina. Fue creado el 25 de octubre de 1979, cuando se suscribió el Tratado Constitutivo del Parlamento Andino, el cual entró en vigencia en 1984. Está compuesto por cinco representantes titulares de cada país miembro de la Comunidad Andina, sumando un total de veinticinco miembros. Este Tratado Constitutivo fue reemplazado por uno nuevo en abril de 1997. El Parlamento Andino está formado por representantes elegidos por sufragio universal y directo, quienes actúan en nombre de los pueblos de la Comunidad Andina. Su participación es clave en la promoción y orientación del proceso de integración regional. Además, examina el avance de este proceso y vela por el cumplimiento de sus objetivos. Asimismo, juega un papel importante en la generación normativa del proceso de integración, sugiriendo proyectos de normas sobre temas de interés común para su incorporación en el ordenamiento jurídico de la Comunidad Andina. También promueve la armonización de las legislaciones de los países miembros y fomenta la cooperación y coordinación con los Parlamentos de estos países, con los Parlamentos de terceros países y con los órganos parlamentarios de integración y cooperación de otros países.

En el 2021, Verónica Arias fue electa como parlamentaria andina. Desde entonces, ha mantenido una presencia activa en redes sociales, posicionándose como una figura crítica frente al gobierno de turno y articulando un discurso que combina elementos racionales y emocionales. En sus publicaciones, aborda temas que se encuentran en el centro del debate público, como la seguridad, la crisis económica, el



desempleo y la educación, al mismo tiempo que proyecta una imagen cercana mediante contenidos de carácter familiar y comunitario.

Este estudio tiene como objetivo principal analizar el discurso público de la parlamentaria andina Verónica Arias, a través de la evaluación de sus estrategias de comunicación y los temas recurrentes en sus mensajes. Asimismo, se busca evaluar cómo Arias utiliza tanto la comunicación verbal como no verbal en plataformas digitales como Facebook e Instagram para proyectar y construir su imagen política. El análisis de estos discursos permitirá determinar el grado de coherencia, consistencia y efectividad en la construcción del mensaje que transmite, identificando cómo su discurso se alinea con su visión política y las expectativas de sus seguidores. Además, el estudio se centrará en medir el nivel de aceptación, credibilidad y preferencia que tiene Verónica Arias entre los ciudadanos ecuatorianos, con el fin de comprender el impacto de su discurso político en la opinión pública y cómo contribuye a la construcción de su imagen como figura política. Desde esta perspectiva, surgen las siguientes interrogantes: ¿Qué estrategias de comunicación política utiliza Verónica Arias para conectar con su audiencia? ¿Qué temáticas predominan en su comunicación y cómo resuenan con las necesidades y preocupaciones de los ciudadanos? ¿Qué redes sociales utiliza la parlamentaria andina para difundir su gestión? ¿Cuál es el mensaje central y la persuasión del discurso que difunde la parlamentaria andina?

METODOLOGÍA

La metodología utilizada es de enfoque cualitativo, con un diseño no experimental y alcance correlacional ya que se analizarán los discursos de Verónica Arias. Se emplea el método de análisis de discurso para examinar tanto el lenguaje verbal como no verbal utilizado por la parlamentaria andina en su comunicación pública, identificando los temas recurrentes en sus discursos y la relación de estos con las necesidades y preocupaciones de los ciudadanos, como también los recursos retóricos utilizados y la conexión con la audiencia y finalmente el impacto del contexto político y social del contenido del discurso. Con el objetivo de realizar el 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 se utilizó las siguientes técnicas de recolección de datos.



Fichas de observación

Se emplearon fichas de observación no participante para analizar los discursos de Verónica Arias. Estas fichas permitieron identificar los temas abordados, las estrategias discursivas utilizadas, recursos visuales, retóricos, tono del mensaje, apelación emocional y los elementos de lenguaje verbal y no verbal que se repiten con frecuencia. Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), las fichas de observación son herramientas que ayudan al investigador a organizar y clasificar datos cualitativos cuando se requiere una mirada interpretativa sobre fenómenos comunicacionales.

Análisis de Contenido

En esta investigación se usó la técnica de análisis de contenido para interpretar los mensajes emitidos por Arias en sus redes sociales digitales Facebook e Instagram, como el tipo de lenguaje, recursos comunicacionales, estrategias. Como afirma Berelson (1952, citado en Piñuel, 2002), “el análisis de contenido es una técnica de investigación que tiene por objetivo la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación”. Se utilizó como instrumento tres matrices de análisis de contenido. En la primera matriz se aborda: Estructura del discurso, formato y contexto del discurso, estrategias de comunicación, uso de emociones, uso de la lógica y estrategias de credibilidad. En la segunda matriz se analiza la comunicación verbal, no verbal, construcción de imagen política. Mientras que en la tercera matriz se abarca los temas recurrentes, argumentos utilizados y retórica.

Entrevistas semiestructuradas

Como afirman González-Vega et al. (2022), “la entrevista cualitativa permite la interpretación de la realidad social, los valores, las costumbres, las ideologías y las cosmovisiones que se construyen a partir de un discurso subjetivo donde el investigador asigna un sentido y un significado particular a la experiencia del otro.” Una vez analizadas las estrategias comunicativas y el discurso político de Verónica Arias, se realizaron entrevistas semiestructuradas a la Mgs. Claudia Rodríguez, docente autora de Opinión Pública en las modalidades Presencial y Abierta y a Distancia de la Universidad Técnica Particular de Loja, licenciada en Comunicación Social por la UTPL y magister en Investigación de la Comunicación por la Universidad de Navarra (España). Asimismo, se realizó una entrevista a Santiago Ochoa, Analista político, máster en Economía Urbana y Regional, por la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). PhD por la Universidad Técnica de Munich Alemania Ganador del



premio a la investigación en el III Encuentro de Ecuatorianos en Europa . Economista por la Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL)-Ecuador. Docente Universitario en la UTPL. Con el objetivo de conocer, desde sus perspectivas y experiencia, cómo un líder político debe estructurar y transmitir su discurso para resonar efectivamente con la ciudadanía.

Además, se realizaron entrevistas tanto a Verónica Arias como a integrantes de su equipo de comunicación, con el objetivo de comprender de forma directa las estrategias utilizadas, los elementos que componen su discurso político, así como el estilo comunicacional que proyecta en sus redes sociales.

Procesamiento de información y análisis de resultados

Para el procesamiento de la información se organizó y recopiló los datos obtenidos mediante entrevistas semiestructuradas y observación de publicaciones en redes sociales (Facebook e Instagram). Para ello se diseñaron fichas de observación que permitieron registrar los elementos del discurso político de Verónica Arias, tanto verbales como no verbales, así como los temas predominantes y recursos comunicativos empleados.

Luego se aplicó un análisis de contenido cualitativo y análisis del discurso, con el fin de interpretar las estrategias comunicacionales presentes en los mensajes emitidos. Este análisis se basó en organizar los datos por temas y encontrar los patrones recurrentes y diferencias en los discursos. Asimismo, se tomó en cuenta el contexto político en el que se difundieron los mensajes y se revisó que hubiera coherencia entre lo que se decía con lo que se mostraba visualmente y la historia que se quería transmitir.

Este análisis permite interpretar no solo lo que se dice, sino cómo se dice, con qué intención y con qué efecto en la construcción de una imagen política coherente, cercana y crítica frente al gobierno de turno.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Tabla 1 Resultados de la entrevista a Verónica Arias, Parlamentaria Andina por Ecuador

Ítem	Categoría	Resumen de la respuesta
1	Estilo comunicativo	Clara, accesible y pedagógica. Busca generar confianza, autenticidad y fomentar el diálogo.
2	Valores fundamentales	Veracidad, responsabilidad social, honestidad, equidad e inclusión.
3	Enfoque racional vs emocional	Equilibrio entre lógica y emoción. Usa datos y hechos, pero conecta emocionalmente.
4	Adaptación del mensaje según el público	Discurso técnico en el Parlamento; cercano con comunidades; claro y visual en redes.
5	Estrategia para generar impacto	Claridad, autenticidad, escucha activa, compromiso genuino y diálogo abierto.
6	Determinación de temas urgentes	Basada en coyuntura, diálogo ciudadano y análisis de tendencias.
7	Equilibrio entre lo nacional y lo local	Articula temas nacionales con la realidad local; segmenta redes según alcance territorial.
8	Ajuste a expectativas sin perder autenticidad	Fiel a sus valores; prioriza responsabilidad, empatía y compromiso sobre popularidad.
9	Impacto de redes sociales	Las ve como ventaja para llegar directo al ciudadano, pero también como un desafío.
10	Diferencia entre discursos en redes y medios tradicionales	En redes: brevedad y atractivo visual. En medios: profundidad y argumentación.
11	Manejo de crisis comunicacionales	Transparencia y rapidez. Ejemplo: enfrentó estigmas y desinformación con firmeza y verdad.
12	Cambios futuros deseados en su comunicación	Más interacción digital y fortalecimiento del contenido audiovisual.
13	Innovaciones por explorar	Podcasts, transmisiones en vivo e incluso Twitch para explicar temas de forma cercana.

Nota. Elaboración propia.

En la entrevista realizada a la parlamentaria andina Verónica Arias permite identificar elementos clave de su estilo comunicativo y de su estrategia discursiva. La parlamentaria se define como una comunicadora clara, accesible y pedagógica, que habla siempre con honestidad, responsabilidad social y empatía, estos ejes con parte esencial de su discurso. Su narrativa busca conectar emocionalmente con la ciudadanía sin dejar de respaldarse en datos y hechos, lo cual refleja un equilibrio entre lo racional y lo emocional. En cuanto a la adaptación del mensaje, Arias afirma modular su lenguaje según el tipo de



público: Es decir, en el Parlamento Andino emplea un discurso técnico, con las comunidades es más cercano, mientras que en redes sociales es más ágil, lo que evidencia una estrategia multicanal y segmentada. Reconoce la importancia de escuchar a la ciudadanía y adaptar los temas según la coyuntura, las demandas locales y las tendencias digitales, manteniendo como principio la autenticidad. Asimismo, reconoce que las redes sociales son una herramienta poderosa, pero desafiante, destacando la necesidad de mantener profundidad en los contenidos pese al entorno efímero y superficial que caracteriza a estos medios. Finalmente, plantea una apertura a la innovación discursiva, proponiendo nuevos formatos como podcasts o transmisiones en Twitch, lo que refleja una voluntad de evolucionar y acercarse aún más a las audiencias.

Tabla 2 Resultados de la entrevista a Expertos en Comunicación Política

Aspecto	Claudia Rodríguez	Santiago Ochoa
Argumentación	Discurso emocional con patrón repetitivo (crítica, contexto, pregunta). Coherente ideológicamente.	En Ecuador prima lo emocional. Falta discurso técnico y profundidad argumentativa.
Propuestas	Posicionamiento ideológico claro. Uso de la coyuntura como “propuesta educativa”.	Se percibe poca profundidad temática. Faltan propuestas estructurales.
Datos Y Sustento Técnico	Poca evidencia de uso de datos. Enfoca más en lo simbólico y emocional.	Resalta la importancia de datos y fuentes, pero no se aplican con fuerza en el discurso.
Retórica y Persuasión	Discurso estructurado pero repetitivo. Resta autenticidad.	Persuasión necesaria, pero debe ir acompañada de coherencia entre discurso y acción.
Cercanía/Autenticidad	Proyección visual de cercanía con el pueblo.	La autenticidad se construye desde la acción coherente con el mensaje.
Carga Emocional	Uso constante de emociones e indignación para conectar.	Lo emocional es clave para captar atención, pero debe llevar a lo racional.
Comunicación No Verbal	No profundiza técnicamente, pero reconoce su valor simbólico en redes.	Clave para transmitir profesionalismo y reforzar la credibilidad del discurso.
Medios Y Formatos	Buen manejo de video, pero mal aprovechado (más para crítica que para propuestas).	Uso estratégico de medios debe combinar redes sociales y medios tradicionales.
Temáticas Abordadas	Coyuntura, género, cultura, educación, crítica al gobierno.	Se deben abordar temas estructurales: salud, educación, desarrollo, medioambiente.

Nota. Elaboración propia.

Las entrevistas con Claudia Rodríguez y Santiago Ochoa ofrecen una mirada complementaria sobre el discurso político de Verónica Arias, resaltando el contenido y la forma, como también los retos a los que se enfrenta para conectar de manera más efectiva con la ciudadanía.



Desde la perspectiva de Claudia Rodríguez, el discurso de Arias está marcado por una fuerte carga emocional y enfocado en la crítica al gobierno actual. Esta estrategia busca movilizar a los ciudadanos mediante una apelación a sentimientos de indignación y esperanza, alineándose con los principios de la Revolución Ciudadana, partido al que ahora pertenece la parlamentaria. Rodríguez indica que Arias ha construido una imagen pública coherente con su afiliación ideológica: se muestra como una figura conocedora, crítica, cercana al pueblo y con un fuerte compromiso con los temas sociales y culturales. Sin embargo, también señala que esa imagen puede estar limitada por un uso reiterativo de formatos discursivos que le restan autenticidad y frescura al mensaje ya que parece un discurso aprendido.

En términos de credibilidad, Rodríguez destaca que Arias ha logrado afianzarse como una parlamentaria de izquierda progresista, con una postura clara en defensa de la igualdad de género y la fiscalización del poder, siempre mostrando su apoyo a movimientos políticos similares de otros países. Esta solidez ideológica contribuye a la coherencia de su imagen pública. No obstante, se identifica una debilidad en su estrategia comunicacional: la falta de interacción con el territorio y una limitada conexión con la ciudadanía en espacios más allá de las redes sociales, lo que podría mermar su alcance e impacto político. Por su parte, Santiago Ochoa aborda el análisis desde una mirada más estructural y estratégica sobre la comunicación política en general, pero sus respuestas son aplicables al caso de Arias. Ochoa menciona la importancia de que un parlamentario construya un discurso político que combine elementos técnicos con emocionales, ya que estos últimos resultan más efectivos para movilizar a la ciudadanía. También enfatiza el valor del lenguaje inclusivo como una herramienta para conectar con sectores diversos, y la necesidad de mantener consistencia temática para construir confianza a largo plazo, ya que en los últimos años el lenguaje inclusivo ha tomado fuerza.

En cuanto a la comunicación no verbal, Ochoa remarca su relevancia en la proyección de seguridad y preparación del político. La presencia escénica, el lenguaje corporal y el uso estratégico del espacio físico son aspectos que pueden reforzar (o debilitar) el impacto de un discurso, especialmente en contextos públicos o institucionales. Además, hace hincapié en la importancia que se les debe dar a los medios tradicionales, como la radio, en zonas rurales o sectores con menor acceso digital, que aún juegan un papel esencial en otros públicos, lo que indica que una estrategia comunicacional efectiva debe ser multicanal.



Finalmente, Ochoa destaca que un político debe abordar temas que realmente impactan a la ciudadanía, como el desarrollo económico, la educación, la salud, la violencia y la corrupción. Estos ejes temáticos son vitales para construir una narrativa relevante y empática con las preocupaciones del electorado.

En conjunto, las entrevistas reflejan que Verónica Arias ha construido un discurso ideológicamente sólido y emocionalmente cargado, lo que le permite establecer una conexión con ciertos sectores ciudadanos. Sin embargo, también revelan áreas de mejora en términos de autenticidad, interacción con el territorio y ampliación de canales comunicativos. La incorporación de una comunicación no verbal más estratégica, así como la diversificación de temas y plataformas, podría fortalecer su posicionamiento político y aumentar su influencia en la esfera pública.

Tabla 3 Resultados de la entrevista a Galo Betancourt, director del equipo de Comunicación de Verónica Arias

Dimensión	Resumen de contenido
Principios estratégicos	La estrategia de comunicación se basa en la veracidad, claridad, cercanía y credibilidad, combinando técnica y emocionalidad.
Objetivos comunicacionales	Se busca proyectar liderazgo confiable, fomentar participación ciudadana y posicionar temas políticos relevantes.
Proceso de construcción del discurso	El enfoque se define con Verónica Arias, a partir de la coyuntura, tendencias y retroalimentación ciudadana.
Valoración del feedback ciudadano	El feedback es clave para ajustar el contenido, tono y enfoque de los mensajes.
Relación con medios tradicionales	Los grandes medios, alineados con el gobierno, dificultan la pluralidad. Se potencia el uso de plataformas digitales y medios alternativos.
Selección temática para intervenciones	Se considera el contexto político, las necesidades ciudadanas y el interés público.

Temas prioritarios en la narrativa	El equipo prioriza los temas vinculados al bienestar de la ciudadanía y al desarrollo nacional.
Tratamiento de temas controversiales	Se comunica con responsabilidad y transparencia, basándose en datos verificados.
Estrategia en redes y medios digitales	Se equilibra la presencia en medios tradicionales y alternativos, fomentando un espacio plural de debate.
Enfoque en redes sociales	Las redes permiten difundir posturas políticas e interactuar directamente con la audiencia.
Evaluación de impacto comunicacional	Se utilizan métricas de alcance e interacción para medir la efectividad.
Adaptabilidad del discurso	Hay monitoreo constante para ajustar el mensaje según el contexto y la respuesta del público.
Principales desafíos	La desinformación y polarización son retos constantes; se enfrentan con información clara y verificable.
Oportunidades futuras	Se identifican posibilidades para ampliar la interacción política digital y fomentar una comunicación más participativa y plural.

Nota. Elaboración propia

En la entrevista con Galo Betancourt, director del equipo de Comunicación de Verónica Arias, revela que las estrategias de comunicación son la veracidad, claridad, cercanía y credibilidad, buscan equilibrar la información técnica con la conexión emocional para construir una imagen de liderazgo confiable entre la población y fomentar la participación ciudadana. En cuanto a los mensajes, tratan de ajustarlos constantemente en base al feedback ciudadano y la coyuntura política, lo que permite que la comunicación sea dinámica e interesante.

El equipo está consciente de los desafíos de la polarización y la desinformación, y esto obliga a buscar espacios alternativos para difundir sus mensajes, es decir, medios digitales y redes sociales. Estas plataformas no solo sirven para transmitir la postura de Verónica Arias, sino también para mantener un diálogo abierto con la ciudadanía. El monitoreo constante de métricas de alcance y comentarios ayuda a evaluar la efectividad de los discursos y ajustar la estrategia según sea necesario.



El equipo de Verónica Arias, a pesar de los desafíos que se presenten, ve oportunidades en el uso de nuevas plataformas digitales y contenido visual para mejorar la interacción en tiempo real y fortalecer la comunicación política de Verónica Arias.

ILUSTRACIONES, TABLAS, FIGURAS

Matrices de observación

Las matrices de observación se realizaron a las cuentas de Facebook e Instagram de la parlamentaria andina Verónica Arias, en la provincia de Loja. El contenido analizado corresponde a las publicaciones realizadas entre el 1 de enero y 30 de diciembre de 2024.

En Instagram, la cuenta oficial es @veronica.ariasf que registra 5.055 seguidores y 329 publicaciones.

En esta plataforma la parlamentaria se caracteriza por dar un enfoque visual, directo y orientado a la cercanía con la ciudadanía.

En Facebook, se analizó la cuenta Verónica Arias Fernández, que tiene un total de 32 mil seguidores.

En esta red social tiene mayor alcance y comparte actividades legislativas, reflexiones políticas y parte de su vida personal, lo que genera interacción con una audiencia más amplia y diversa.

Tabla 4 Matriz de observación del discurso político: Estructura, formato, contexto, estrategias de comunicación, uso de emociones, uso de la lógica y credibilidad.

Categoría		Descripción	Comportamiento observado
Estructura del Discurso		La parlamentaria andina, Verónica Arias, en su discurso, pone de manifiesto un problema social, político o económico que se encuentra en el centro del debate actual.	Estrategia diseñada para captar la atención del público y fomentar la participación activa. Inicia con una declaración provocativa sobre un tema relevante, pero se enfoca principalmente en explicar el problema más que en visibilizar su rol legislativo.
Formato del Discurso		Discurso persuasivo y participativo, enfocado en generar una respuesta emocional y activa de su audiencia.	La intención del discurso parece estar orientada a movilizar a su base de seguidores y fortalecer su imagen como líder política, más que a mostrar su gestión legislativa. El cierre con llamado a la interacción refuerza la construcción de comunidad en redes.
Contexto del Discurso		Contexto mediático y digital de alta exposición sobre temas coyunturales.	Arias aprovecha el contexto de crisis para posicionarse como figura activa en el debate. Refuerza su presencia pública y accesibilidad, pero su estrategia se percibe más comunicacional que legislativa, priorizando el vínculo con la ciudadanía.
Estrategias de Comunicación		Uso de narrativa visual, testimonios, citas de figuras políticas, preguntas retóricas, repetición, y técnicas de énfasis.	El discurso prioriza la denuncia emocional y la crítica a la gestión gubernamental, sin mostrar de forma explícita acciones desde su rol parlamentario. Las técnicas refuerzan el tono confrontativo y emocional del mensaje.

Uso de Emociones (Pathos)	Utiliza ejemplos concretos, lenguaje emocional, imágenes impactantes, y valores compartidos como la justicia, la equidad y el bienestar común.	Genera una conexión emocional profunda con su audiencia. Promueve la empatía y la indignación mediante el uso de lenguaje como “crisis” o “emergencia”, fomentando el debate y reforzando su papel como voz crítica, aunque sin necesariamente proponer soluciones legislativas claras.
Uso de la Lógica (Logos)	Incluye referencias a datos, leyes, cifras y declaraciones para sustentar sus mensajes, aunque con limitada profundización técnica o argumentación estructurada.	Si bien hay una estructura lógica básica en sus intervenciones (problema, contexto y llamado a la acción), predomina la apelación emocional sobre el razonamiento lógico. El uso de evidencias apoya su discurso, pero no se presenta un desarrollo exhaustivo o comparativo de esas fuentes.
Credibilidad (Ethos)	Se presenta como una mujer comprometida, madre, militante política y defensora de causas sociales.	Construye una imagen pública accesible y empática. Su coherencia entre lo que dice y cómo se muestra en redes sociales fortalece su credibilidad, aunque su trabajo legislativo no siempre es visible o destacado, lo cual podría limitar la percepción de su rol institucional.

Nota. Elaboración propia.

El discurso de Verónica Arias se caracteriza por una estructura orientada a captar la atención a través de la identificación de problemáticas sociales relevantes, aunque se enfoca más en describir el contexto que en destacar su rol legislativo. Su formato persuasivo y participativo busca movilizar emocionalmente a la audiencia, reforzando su liderazgo político más que su gestión institucional.

Verónica Arias aprovecha la coyuntura para posicionarse como una figura activa, aunque su estrategia resulta más comunicacional que legislativa. Emplea diversas técnicas retóricas como citas, preguntas retóricas y narrativa visual, para reforzar su discurso confrontativo y emocional, priorizando la denuncia por sobre la propuesta. En cuanto al uso de emociones (pathos) es predominante, apela a la empatía e indignación mediante ejemplos concretos y un lenguaje cargado de valores compartidos como justicia y equidad.

Aunque incorpora datos y referencias legales para sustentar sus argumentos, el componente lógico (logos) no se desarrolla con profundidad ni estructura comparativa. En cuanto a su credibilidad (ethos), proyecta una imagen coherente y empática, basada en su identidad como madre, mujer y activista social; sin embargo, la escasa visibilización de su gestión legislativa podría limitar la percepción de su eficacia institucional.



Tabla 5 Matriz de observación de las estrategias de comunicación de Verónica Arias en Facebook e Instagram

Categoría	Indicadores/Variables	Descripción
1. Comunicación Verbal	Tópicos recurrentes	Seguridad: Verónica Arias destaca que Ecuador atraviesa una crisis de seguridad profunda, exacerbada por la creciente presencia de bandas delictivas. Critica la inacción del gobierno de Daniel Noboa. Economía: Denuncia la situación de empobrecimiento y la necesidad de reactivación económica. Desempleo: Cuestiona las cifras oficiales del gobierno, destacando el aumento del desempleo. Educación: Critica las políticas del gobierno y resalta su trabajo en colaboración con instituciones educativas. Apagones: Señala la inacción del gobierno ante los apagones. Familia: Comparte momentos familiares, proyectando una imagen de cercanía. Escándalos del gobierno: Critica los escándalos en los que está involucrado el gobierno de Noboa, destacando la falta de transparencia.
	Uso de lenguaje Inclusivo	Verónica Arias emplea un lenguaje inclusivo para reforzar la unidad entre los ecuatorianos. Utiliza expresiones como "Nosotros los ecuatorianos", "Juntos vamos a revivir el Ecuador", buscando generar un vínculo colectivo y fortalecer la identidad nacional.
	Apele a valores emocionales	Arias utiliza valores emocionales como justicia, igualdad, unión, derechos humanos y equidad, para conectar con su audiencia y fortalecer su mensaje político, apelando a la empatía y la solidaridad.
	Técnicas persuasivas	Emplea varias técnicas persuasivas, entre ellas los llamados a la acción, utilizando indignación y datos estadísticos. Recuerda las promesas incumplidas por el gobierno y pide apoyo para su partido político.
	Citas y referencias	Utiliza citas y referencias a personajes políticos y datos de instituciones de control, como el INEC, para dar mayor credibilidad a sus afirmaciones y fortalecer su postura ante la audiencia.
2. Comunicación No Verbal	Uso de imágenes y vídeos	Verónica Arias emplea una variedad de imágenes, destacando su trabajo con la comunidad y su participación en el Parlamento Andino, además de imágenes familiares que proyectan cercanía. En los videos, critica la gestión del gobierno de Daniel Noboa.
	Expresión facial y gesticulación	En los videos, su expresión facial y gesticulación son usadas para enfatizar sus puntos, transmitiendo emociones de seriedad, cercanía y confianza.
	Postura corporal	En sus videos e imágenes, su postura proyecta una imagen accesible, segura y enérgica.
3. Construcción de Imagen Política	Apariencia y estilo personal	Verónica Arias mezcla su imagen personal con su imagen profesional. Muestra aspectos de su vida familiar para humanizar su figura pública, pero en sus publicaciones políticas, como videos, se enfoca principalmente en criticar al gobierno. Su contenido busca generar un diálogo con su audiencia.
	Interacción con la audiencia	Interactúa principalmente con aquellos comentarios que respaldan su criterio, usando emojis y frases breves de agradecimiento. No responde a los comentarios negativos o críticos, lo que sugiere que su interacción se centra en fortalecer su base de apoyo.

	Consistencia entre el discurso y la imagen visual	El mensaje verbal crítico de Arias, centrado en temas sociales y políticos, es consistente con su imagen visual, que proyecta cercanía con la comunidad y un compromiso con la justicia y la equidad. Su trabajo legislativo es menos visible en redes, lo que podría reforzar su imagen política si se muestra más activamente.
--	--	--

Nota. Elaboración propia

Esta matriz de observación expone un análisis sobre las estrategias de comunicación de Verónica Arias en sus redes sociales, basado en su comunicación verbal, no verbal y construcción de imagen política. A través de cada categoría y sus indicadores/variables se puede observar la forma en que Arias se posiciona ante su audiencia y la realidad política del Ecuador.

En el aspecto de la comunicación verbal, Verónica Arias utiliza una serie de temas recurrentes para conectar con las preocupaciones de la ciudadanía, como: seguridad, economía, desempleo y educación son parte de su discurso constante, lo que refleja su preocupación por los problemas más urgentes del país. Hace críticas al gobierno de Daniel Noboa, se ve en cómo utiliza estos temas para cuestionar las políticas gubernamentales. Por ejemplo, en seguridad, denuncia la falta de acción del presidente ante la creciente violencia y la resalta como una de las principales crisis del país. En lo que respecta a la economía y empleo, destaca las contradicciones del gobierno, como las cifras de empleo que, según ella, no reflejan la realidad del país. En relación a la educación menciona que este aspecto pasa por una situación crítica, especialmente por los recortes presupuestarios que afectan a las universidades y la falta de compromiso del gobierno para garantizar el acceso a la educación superior.

Sobre la comunicación verbal, Arias usa el lenguaje inclusivo. Frases como: "Juntos vamos a revivir el Ecuador" dan a entender que intenta generar un sentido de comunidad y pertenencia, apelando a la unidad. Emplea valores como justicia, igualdad, derechos humanos y equidad, lo que fortalecen su imagen como una política comprometida con la justicia social. La parlamentaria busca no solo informar, sino también movilizar a su audiencia para que se sientan parte de su propuesta política, a través de técnicas persuasivas como los llamados a la acción. El uso de citas y referencias de actores políticos e instituciones de control, como el INEC, le otorgan credibilidad a sus denuncias y argumentos.

En cuanto a la comunicación no verbal, utiliza imágenes y contenidos audiovisuales lo que es clave para reforzar su mensaje. Trata de humanizar su figura pública o mostrarse más cercana con las fotos en las

que se muestra participando en actividades comunitarias o familiares. Los gestos y la postura corporal en sus videos son elementos que refuerzan esta imagen de accesibilidad y cercanía.

Finalmente, Verónica Arias utiliza sus plataformas de manera estratégica para conectar con su audiencia, construir su imagen política y, al mismo tiempo, criticar las políticas del gobierno de turno. Sus tácticas de comunicación verbal y no verbal están alineadas con su objetivo de posicionarse como una figura política cercana, pero firme en sus propuestas, siempre apelando a los valores fundamentales de justicia y equidad.

DISCUSIÓN

El análisis del discurso político de Verónica Arias, basado en la observación de sus publicaciones y la interpretación crítica de sus contenidos, revela una estructura comunicacional definida, con una narrativa coherente centrada en la crítica al gobierno nacional, el posicionamiento ideológico y la apelación constante a las emociones ciudadanas. Esta estrategia se ve reforzada por el uso de formatos breves, lenguaje accesible y recursos gráficos repetitivos, como listas y frases directas, que buscan facilitar la viralización del contenido. “En el universo de la comunicación política existen distintas aristas de trabajo, que incluyen una agenda pública, una instalación mediática de temas y diversas alternativas que debe tomar la representación política para consolidar persuasiones, empatías y construcciones de poder” (Viñas, Belinche, et.al.2023, p. 47)

Desde la estructura discursiva, Arias recurre frecuentemente a enunciados categóricos, series enumeradas ("5 mentiras sobre...") y llamados a la acción ("No podemos permitir que esto siga pasando"), con un estilo que combina lo informativo con lo emocional. Estas fórmulas, si bien efectivas en redes sociales, pueden transmitir una imagen excesivamente ensayada o poco espontánea. La experta Claudia Rodríguez confirma esta percepción al señalar que “*se ve un discurso ensayado, con el mismo patrón en todos los videos*”, lo que puede afectar su autenticidad ante audiencias más críticas.

En cuanto al formato y contexto, la mayoría de las publicaciones de Arias son videos cortos en los que ella aparece sola frente a cámara, con escasa presencia de actores territoriales, organizaciones sociales o referencias concretas a su gestión como parlamentaria andina. Esta ausencia de elementos locales es significativa, ya que uno de los hallazgos de las matrices indica una desconexión entre su función institucional y su discurso público. Rodríguez refuerza esta idea: “*Ella utiliza el video más para la*



crítica al gobierno que para mostrar su trabajo territorial o rendir cuentas". Esta falta de conexión con el territorio y con su rol parlamentario puede debilitar su legitimidad política a mediano plazo. Como afirman Viñas, Belinche, et al. (2023), "No es posible comunicar si no hay gestión, así como tampoco habrá posibilidad de comunicar si no hay vinculación con el territorio" (p. 47).

En términos de estrategias de comunicación, Arias emplea un uso intensivo de emociones (pathos) como la indignación, la frustración y el orgullo político. Estas emociones son claves para sostener el vínculo con la militancia de la Revolución Ciudadana, pero, como señala Santiago Ochoa, "*la emoción sin técnica puede captar atención, pero no necesariamente credibilidad ni profundidad*". El experto propone un discurso más equilibrado, que combine emoción con propuestas técnicas concretas, algo que en el análisis de las matrices solo aparece de forma superficial.

En cuanto al uso de la lógica (logos), se identifican argumentos repetitivos, como el deterioro económico bajo el actual gobierno, la falta de planificación y la persecución política. Sin embargo, estos argumentos no siempre se acompañan de datos verificables, lo que limita su impacto en audiencias más informadas. Ochoa subraya que "*quien denuncia corrupción debe tener una hoja de vida limpia; si no, el discurso se cae*", remarcando la necesidad de coherencia entre lo que se dice y lo que se representa.

Otro aspecto identificado en las matrices es el uso de recursos visuales básicos, con fondos neutros, planos medios y un ritmo narrativo constante. Aunque esto favorece la claridad del mensaje, limita la riqueza expresiva del contenido. Ochoa también menciona la importancia de los recursos no verbales, como el tono de voz, la postura y la mirada, que "*refuerzan o debilitan el discurso político dependiendo de cómo se usen*". En Arias, estos recursos están controlados y pulidos, pero podrían volverse más potentes si se articulan con entornos reales o actores sociales visibles. Un elemento clave en la persuasión es la comunicación no verbal, tanto los gestos, posturas, expresiones faciales, como, muy especialmente, los matices de la voz que hacen que cómo se expresa el contenido sea fundamental para enganchar a los espectadores (Gordo Alonso, 2025, p. 5).

Un elemento adicional que surgió del análisis fue la interacción con la ciudadanía en sus publicaciones. Se observó que la mayoría de las respuestas que recibe Arias son de apoyo, aunque muchas se limitan a emojis o frases cortas de aprobación. Su nivel de respuesta es bajo, generalmente limitado a "likes" o emojis, sin mayor desarrollo argumentativo ni diálogo con los usuarios. Esta escasa retroalimentación



puede interpretarse como una oportunidad perdida para fortalecer el vínculo con la ciudadanía y construir comunidad digital. Como señala Dávalos López (2021), "conocer el ánimo y los problemas de la ciudadanía se vuelve fundamental para definir las pautas que orientarán nuestra estrategia de comunicación" (p. 19). En la lógica de la política en redes, no basta con generar contenido: también es necesario generar conversación.

“Ante los vertiginosos cambios tecnológicos, hoy se vuelve fundamental que los gobiernos establezcan innovadores procesos de comunicación para poder llegar de manera efectiva, y así poder construir junto a la ciudadanía y estar presentes en la vida cotidiana de la gente” (Dávalos López, 2021, p. 30). Este enfoque resulta clave para que figuras políticas como Arias puedan diversificar sus canales y conectar más allá de las plataformas digitales, atendiendo a las diferentes audiencias, especialmente aquellas fuera del entorno digital.

Por último, tanto la observación directa como los expertos consultados coinciden en una debilidad estratégica: la dependencia exclusiva de las redes sociales. La ausencia de intervenciones en medios tradicionales como radio, televisión o prensa escrita deja fuera a una parte importante del electorado, sobre todo en zonas rurales y en franjas etarias mayores. Ochoa advierte que “*los medios tradicionales siguen siendo clave para posicionar mensajes en sectores populares*”, por lo que diversificar canales sería clave para fortalecer su proyección.

El discurso político de Verónica Arias evidencia una estrategia sólida en redes sociales, con elementos emocionales bien estructurados y una línea ideológica definida. No obstante, enfrenta limitaciones importantes: escasa visibilidad territorial, débil articulación de propuestas técnicas, repetitividad discursiva y bajo uso de medios alternativos. Dávalos López (2021), señala "Una comunicación estratégica en tiempos de crisis permite a los actores políticos ser proactivos y marcar su propia agenda; dar respuestas y brindar certezas a la ciudadanía dentro del futuro inmediato. Este tipo de comunicación debe ser clave para mantener el apoyo dentro de la opinión pública de manera permanente" (p. 26). La integración del análisis crítico con las valoraciones expertas permite una comprensión más amplia del alcance, efectividad y riesgos de su actual estrategia de comunicación.



CONCLUSIONES

En este estudio se analiza el discurso político de Verónica Arias en Facebook e Instagram durante el periodo enero–diciembre de 2024

El análisis del discurso de Verónica Arias indica que su estrategia se enfoca principalmente en la denuncia y crítica hacia la gestión gubernamental, utilizando un lenguaje emocional que apela al pathos para conectar con su audiencia. Sin embargo, ha limitado la visibilidad de su trabajo legislativo, lo que puede afectar su credibilidad ante la ciudadanía.

La coherencia entre el discurso de Verónica Arias en redes sociales y su imagen pública refleja un liderazgo opositor, ella se destaca como una figura comprometida con los derechos de la ciudadanía y la justicia social. No obstante, su discurso es más reactivo que proactivo, porque critica al gobierno, pero no explica cuáles serían las propuestas legislativas concretas que se debe llevar a cabo para mejorar la situación o el trabajo que realizan desde el Parlamento Andino, lo que puede limitar la percepción de su efectividad como parlamentaria.

Las plataformas digitales, especialmente Facebook e Instagram, son los principales espacios para la proyección de su discurso político, lo que favorece la interacción con la audiencia. El uso de estos medios permite un enfoque más dinámico y participativo y refuerza su imagen cercana y accesible, aunque también expone sus mensajes a la polarización y desinformación que predominan en el contexto político ecuatoriano.

Es esencial que Verónica Arias adapte su discurso y contenido según las características específicas de cada plataforma digital. El tipo de contenido ya sea informativo, emocional o de interacción directa, en Facebook e Instagram debe ser modificado según el medio y la audiencia objetivo, asegurando que el mensaje mantenga su coherencia y maximice su impacto.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Arias, V. [@veronica.ariasf]. (s.f.). Perfil oficial [Perfil de Facebook]. Facebook.

<https://www.facebook.com/veronica.ariasf>

Arias, V. [@veronica.ariasf]. (s.f.). Perfil de Instagram [Perfil de Instagram]. Instagram.

<https://www.instagram.com/veronica.ariasf>



- Berelson, B. (1952, citado en Piñuel, J. L., 2002). Técnicas de análisis de contenido. En J. L. Piñuel (Ed.), Comunicación y conocimiento (pp. 201–223). Ediciones Ciencia 3.
- Castells, M. (2012). Redes de indignación y esperanza: Los movimientos sociales en la era de Internet. Alianza Editorial.
- Chavero, P., & Intriago, D. (2021). Las fake news como herramienta política durante la pandemia del COVID-19 en Ecuador. Cuaderno 136, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, 19–35.
https://www.flacsoandes.edu.ec/sites/default/files/%25f/agora/files/FA-AGORA-2021-CHAVERO_0.pdf
- Ciria, M. (1969). Partidos y poder en la Argentina moderna. Editorial Paidós.
- Crespo, I., Garrido, M., & otros. (2011). Comunicación política y campañas electorales. Editorial Tecnos.
- Criado, J. I., & Rojas Martín, F. (2015). El impacto de las redes sociales digitales en las administraciones locales: Mitos y realidades en el caso español. IDP. Revista de Internet, Derecho y Política, (20), 25–42.
- Dávalos López, A. (Ed.). (2021). La comunicación política en tiempos de emergencia (Serie Territorios en Debate - Segunda Etapa, N° 13). CONGOPE; Ediciones Abya Yala; Incidencia Pública Ecuador. <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/58449.pdf>
- Fajardo Uribe, L. A. (2009). A propósito de la comunicación verbal. Forma y Función, 22(2), 121–142.
<https://www.redalyc.org/pdf/219/21916691006.pdf>
- González-Vega, C., Ramírez, N., & Cortés, J. (2022). La entrevista cualitativa: Significados desde la experiencia investigativa. Editorial Universidad de La Sabana.
- González, L. (2014). La teoría lingüística de Noam Chomsky: Del inicio a la actualidad. Lenguaje, 42(2), 423–442. <https://www.scielo.org.co/pdf/leng/v42n2/v42n2a08.pdf>
- Gordo Alonso, M.C.(2025).La comunicación no verbal al servicio de la imagen: Análisis de Barack Obama. <https://doi.org/10.31637/epsir-2025-1506>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación (6.^a ed.). McGraw-Hill.
- Mazzoleni, G. (Ed.). (s. f.). Introducción a la comunicación política. Alianza Editorial.



Peytibi, X. (2019). Las campañas conectadas: Comunicación política en campaña electoral. Editorial UOC.

Restrepo-Echavarría, M. (2019). Comunicación política en América Latina. *Revista Latinoamericana de Opinión Pública*, 8(2), 131–149.

Sánchez y Sánchez, C. L. (2024). Comunicación política: Abordajes teórico-metodológicos. Universidad Nacional Autónoma de México.

Secretaría General de la Comunidad Andina. (2006). Lo que usted debe saber del Parlamento Andino (Documento informativo SG/di/781).

<https://www.comunidadandina.org/DocOficialesFiles/DInformativos/SGdi781.doc>

van Dijk, T. A. (1999). El análisis crítico del discurso. Editorial Anthropos.

Vega-Ramírez, J. (2023). Análisis político del discurso: Propuesta metodológica para su uso como herramienta. *Universitas-XXI. Revista de Ciencias Sociales y Humanas*, (38), 191–209.

<https://doi.org/10.17163/uni.n38.2023.08>

Viñas, R., Belinche, M., Secul Giusti, C., & López, Y. (2023). Comunicación política en la era digital y su vinculación con el territorio. *Revista Más Poder Local*, 51, 43–59.

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8784753.pdf>

