

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**  
**FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES**  
**ESCUELA DE CIENCIAS JURÍDICAS**  
**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES**



**LA COMUNICACIÓN POLÍTICA A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES COMO  
MEDIO FACILITADOR PARA EL EJERCICIO Y OBTENCIÓN DEL PODER  
POLÍTICO: FACEBOOK**

**CURSO DE ESPECIALIZACIÓN EN DERECHO POLÍTICO  
CICLO I-2021**

**PARA OBTENER EL TÍTULO DE:  
LICENCIADO EN CIENCIAS JURÍDICAS**

**PRESENTADO POR:  
AYALA AVELAR, ALEJANDRO JOSÉ**

**DOCENTE ASESOR:  
MSC. LUIS EDUARDO AYALA FIGUEROA**

**CIUDAD UNIVERSITARIA, SAN SALVADOR, OCTUBRE DE 2021**

## **RESUMEN**

La comunicación política a través de las redes sociales, han facilitado en gran medida el ejercicio del poder político desde su componente de influencia y en la obtención de la capacidad de intervención en el conflicto social, debido a los múltiples beneficios comunicativos que ofrecen, siendo medios completamente idóneos y fértiles para pretender la captación de apoyos mediante la persuasión, utilizándose como herramienta para apelar a la convicción o emoción de los ciudadanos mediante la difusión de una diversidad de mensajes de contenido multimedia. Además, las redes sociales como medio de comunicación masiva, han adoptado un papel fundamental en lo que respecta a la pretensión de existencia pública por parte de los actores políticos y sociales, ya que la mayoría de las personas poseen una cuenta activa en alguna de estas plataformas, siendo Facebook las más utilizada, albergando a más de 2, 18 mil millones de usuarios activos, por lo cual esto convierte a Facebook como la red social más idónea para ejercer la comunicación política y poseer presencia mediática.

## **INTRODUCCIÓN**

El presente trabajo de grado para la obtención del título de Licenciado en Ciencias Jurídicas, tiene por objeto el desarrollo de la temática concerniente a la comunicación política a través de las redes sociales, en específico de Facebook, como medio facilitador para el ejercicio y obtención del poder político.

Este medio de comunicación masiva se plantea en el presente ensayo, como una herramienta que facilita la comunicación política por parte de todos los actores políticos y sociales, posibilitando ejercer a través de ella, el poder político desde la manifestación de su componente “Influencia”, utilizando la persuasión por medio de la difusión de múltiples mensajes de contenido multimedia, con el objeto de obtener el apoyo mayoritario de los ciudadanos.

Se plantea que al ejercer la influencia por medio de la persuasión, es posible apelar a la convicción de los ciudadanos o despertar alguna emoción como producto de los mensajes políticos intercambiados en esta red social y supeditar la toma de decisiones de estos a la convicción o emoción generada por dichos mensajes, logrando así, obtener como resultado poder político, es decir, capacidad de intervención en el conflicto social.

**LA COMUNICACIÓN POLÍTICA A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES COMO  
MEDIO FACILITADOR PARA EL EJERCICIO Y OBTENCIÓN DEL PODER  
POLÍTICO: FACEBOOK.**

Es indiscutible que en la última década las redes sociales han tomado un papel preponderante en todos los ámbitos sociales de la vida, ya que a través de ellas se facilita la comunicación y conexión entre personas, la información, la creación de contenido y su difusión masiva. El ámbito político no es la excepción, debido a que el surgimiento de estas nuevas tecnologías de la comunicación le ha significado una enorme ventaja para todos sus actores, ya que a través de ellas es posible transmitir y difundir de forma masiva mensajes de carácter político, promover cambios sociales, hasta obtener y ejercer poder político a través de la influencia de los ciudadanos.

Entre estas nuevas tecnologías de la comunicación masiva, podemos encontrar la red social Facebook, la cual surge en el año 2004, siendo creada por el Estadounidense Mark Zuckerberg y otros estudiantes de la Universidad de Harvard, y que hasta la fecha se ha posicionado como la red social más usada a nivel mundial, albergando a más de 2,18 mil millones de usuarios activos<sup>1</sup>, siendo así por excelencia la mejor red social para la comunicación y por ende, para la consecución de determinados fines políticos.

Ante lo inicialmente expuesto surge la gran interrogante y eje central del presente ensayo *¿Cómo la comunicación política a través de Facebook facilita el ejercicio y obtención del poder político?*, pero para darle respuesta a esta interrogante, es necesario explicar la relación existente entre la política, el poder y la comunicación política por medio de las redes sociales, generando una aproximación previa a cada una de ellas.

La política, es el resultado de la gestión de la diversidad de relaciones sociales tensionadas del hombre, teniendo como propósito la satisfacción de determinadas necesidades

---

<sup>1</sup> We Are Social: Digital 2021, acceso 05 de octubre de 2021, <https://wearesocial.com/digital-2021>.

originadas por las diferencias y desigualdades sociales – Conflicto social –, siendo un claro ejemplo, la enorme desigualdad que existe entre las personas sobre el acceso a determinados recursos y oportunidades, por lo que la política resulta ser una respuesta al conflicto social al procurar en gran medida la cohesión social. Algunos autores definen a la política como: “*La actividad de gobierno de las situaciones sociales, su dirección y control*”<sup>2</sup> o “*La gestión del conflicto social por medio de decisiones vinculantes*”<sup>3</sup>, teniendo estas como común denominador el componente de mitigación de las problemáticas sociales.

Al momento de gestionar el conflicto social, es indispensable la adopción de decisiones vinculantes, es decir, decisiones cuyo cumplimiento sean de carácter obligatorio; pero para adoptar estas decisiones o incidir en la adopción de las mismas, se necesita indiscutiblemente del “poder”, ya que se encuentra íntimamente relacionado con el accionar político por su componente de obediencia. Además, es necesario aclarar que el poder político no reside únicamente en el Estado – Poder institucionalizado –, sino que también reside en una diversidad de actores sociales – Sindicatos, líderes políticos, medios de comunicación, organizaciones sociales, religiosas y grupos de presión- que buscan incidir u orientar la gestión del conflicto social en beneficio propio.

El concepto de “poder”, posee una diversidad de definiciones propuestas por muchos autores en atención a la teoría social, entre las cuales podemos mencionar las definiciones propuestas por autores como:

1. Max Weber, para quien el poder es “*La Posibilidad de imponer la propia voluntad sobre la conducta ajena*”<sup>4</sup>;
2. Luis Bouza-Brey, define al poder como “*La capacidad de obtener obediencia de otros*”<sup>5</sup>;

---

<sup>2</sup>Luis Bouza- Brey, “*El Poder y los Sistemas Político*”, *Manual de Ciencia Política*, ed. Miquel Caminal Badia, (España: Editorial Tecnos, 2005), 40.

<sup>3</sup> Josep M. Valles, “*Ciencia Política: Una introducción*”, 6ª ed. (Barcelona: Editorial Ariel, 2007) ,18-22.

<sup>4</sup> Max Weber, “*Economía y Sociedad: Esbozo de sociología comprensiva*”, (México, Fondo de Cultura, 1964), 696.

<sup>5</sup> Bouza-Brey, *Manual de Ciencia Política*, 40.

3. Manuel Castells , señala que “*El poder es la capacidad relacional que permite a un actor social influir de forma asimétrica en las decisiones de otros actores sociales de modo que se favorezca la voluntad, los intereses y los valores del actor que tiene el poder*”<sup>6</sup>; y
4. Josep M. Valles, brinda una definición delimitada directamente al poder político, definiéndolo como “*La capacidad de intervención en la regulación coactiva del conflicto social*”<sup>7</sup>.

Para este último autor, las definiciones sociológicas del poder pueden analizarse dentro de una dualidad de perspectivas, siendo la primera una interpretación del poder político como *recurso*, donde el poder es cosificado y se encuentra sujeto a apropiación, por lo que la gran interrogante en esta interpretación es determinar “*¿Quién tiene el poder?*”, además, señala que la obtención del mismo se facilita cuando la persona o el grupo quien lo pretende, tiene acceso a determinados recursos, tales como recursos económicos, coactivos o simbólicos<sup>8</sup>, y cuando se logra obtener el poder, este es instrumentalizado y es aplicado hacia los demás imponiendo límites y privaciones a su capacidad de decisión, obligándolos a realizar conductas no queridas por ellos.

En cambio, en la segunda interpretación, el poder político es percibido como el resultado de una relación, es decir, la probabilidad de que se produzcan resultados favorables para determinado actor, como consecuencia de la relación que tiene con otros. En esta interpretación, la interrogante sobre “*¿Quién posee el poder?*” deja ser relevante y se enfoca en la importancia de “*Estar bien situado*”, es decir, ostentar una posición que facilite el dominio de unos actores y el acatamiento voluntario de otros, como resultado del intercambio relacional constante que existe entre ellos.

Ambas perspectivas coexisten entre sí, ya que sirven como medio de obtención recíproca; a manera de ejemplo, si una persona o grupo posee determinados recursos, estos sirven como medio para situarse en una posición estratégica que le confiera más poder, lo mismo es

---

<sup>6</sup> Manuel Castells, “*Comunicación y Poder*”, (Madrid, Alianza Editorial, 2009), 33.

<sup>7</sup> Valles, *Ciencia Política*, 33.

<sup>8</sup> *Ibídem*.

dicho caso planteado a la inversa, ya que sí una persona o grupo se encuentra situado estratégicamente, esa posición le facilita la obtención de los recursos necesarios para obtener mayor poder.

De las múltiples definiciones mencionadas anteriormente, podemos identificar que el poder político equivale a la capacidad de intervención que posee un actor político o social dentro del conflicto social, mediante la imposición de su voluntad frente a otros, logrando su acatamiento de forma voluntaria o forzosa.

Siguiendo con los lineamientos doctrinarios de este último autor, es menester señalar los componentes del poder político, mediante los cuales se manifiesta la capacidad de intervención en el conflicto social, siendo estos los siguientes:

1. **Fuerza:** Este componente del poder político es también conocido como “Coacción”, y se manifiesta a través de la negación o limitación de derechos u oportunidades, tales como: El derecho a la vida, a la libertad, al libre tránsito, a la propiedad, al trabajo, etc. Esta forma de manifestación del poder político, comúnmente es ejercida por el Estado - Poder Institucionalizado- en ejemplos como la privación de libertad por medio de la imposición de la medida cautelar de detención provisional o pena de prisión, la extinción de dominio de bienes cuyo origen o destinación es ilícita, la imposición de multas, etc. Sin embargo, como se ha mencionado anteriormente, el poder político no solamente reside y es ejercido por el Estado, sino que también por otros actores sociales, que emplean la fuerza como forma de intervención en el conflicto social para lograr o incidir en un resultado en beneficio propio, tal como lo hace un movimiento social que se manifiesta públicamente en contra de una política pública adoptada por el gobierno e interrumpe el tránsito vehicular de una carretera o la paralización de un servicio público mediante la huelga, etc.<sup>9</sup>

Luis Bouza- Brey comparte una postura similar en relación a la manifestación del poder político desde este componente coactivo, definiéndolo como “*La capacidad*

---

<sup>9</sup> *Ibidem.* 34.

*de obtener obediencia mediante la privación o amenaza de privación de la vida, la integridad, la libertad o posesiones por medio de la fuerza”.*<sup>10</sup>

2. **Autoridad o Auctoritas:** La manifestación del poder político desde este componente se visualiza con la obediencia voluntaria de los individuos a los lineamientos emitidos por la persona o grupo que ostenta el poder; esto es en virtud de la credibilidad, crédito o confianza que poseen, ya sea por estar situados estratégicamente – cargos públicos- o poseer el manejo de determinados recursos que los dotan de una buena reputación y les confieren un alto grado de confianza. Entre los cuales podemos destacar el recurso del conocimiento, es decir, poseer una formación técnica o científica en determinada materia y que al emitir una opinión o postura referente a la misma ante una problemática social, esta es acatada sin mayor examen argumentativo, en virtud del prestigio y confianza que goza la persona o grupo por poseer el conocimiento respectivo.
  
3. **Influencia:** La manifestación de este componente, versa en el convencimiento y movilización del apoyo mayoritario de los ciudadanos con el fin de sostener o resistir diferentes propuestas o causas en común. Para Josep M. Valles, la influencia requiere del manejo y difusión de datos y argumentos, con los que se persigue modificar y reforzar opiniones y aptitudes de los demás; despertar emociones respecto a expectativas positivas y negativas de individuos o grupos; y obtener apoyo eficaz en pro o en contra de una causa común<sup>11</sup>. Este componente del poder político usa la herramienta de la persuasión para obtener el apoyo mayoritario, ya sea buscando la convicción de las personas o despertando ciertas emociones ellas que lo beneficien a obtener el mismo.

La manifestación práctica en la intervención del conflicto social por parte de este último componente del poder político, es el pilar base donde reside la relación tripartita

---

<sup>10</sup> Bouza-Brey, Manual de Ciencia Política, 40.-

<sup>11</sup> Valles, Ciencia Política, 35.

inicialmente mencionada en el presente ensayo – Política, poder y la comunicación política por medio de redes sociales: Facebook–, y partiendo de que *“El ejercicio de la influencia se desarrolla por medio de acciones de propaganda en sentido amplio y que con ellas se difunden ideas y las propuestas de un grupo para captar apoyos basados en la convicción y en la emoción<sup>12</sup>”* Podemos asegurar que los canales idóneos para difundir o propagar de forma más efectiva las ideas, propuestas y opiniones de carácter político, son los medios de comunicación e información masiva, y que dentro de estos se encuentran las redes sociales.

Manuel Castells señala que *“La principal forma para cambiar e influenciar la mente de los ciudadanos es a través de los medios de comunicación de masas<sup>13</sup>”*, y entre los recientes medios de comunicación e información masiva encontramos la red social Facebook, la cual hasta la fecha es la que mayor cantidad de usuarios posee, por lo que es un medio con un alto grado de factibilidad para el ejercicio del componente del poder político “Influencia”, ya que a través de esta plataforma los usuarios poseen la posibilidad de conectar con personas de todo el mundo y compartir todo tipo de contenido multimedia, como por ejemplo videos, música, fotografías, documentales audiovisuales, noticias, gráficos, opiniones, etc.

El uso de esta plataforma representa una enorme ventaja para los actores políticos y sociales al momento de transmitir y compartir sus ideas, opiniones, propuestas, proyectos políticos, gestiones gubernamentales, etc., ya que además de las ventajas mencionadas ofrece la posibilidad de maximizar su alcance comunicativo entre los usuarios mediante el pago de publicidad dentro de esta plataforma, aumentando la efectividad del resultado pretendido, que es conseguir el apoyo mayoritario, apelando a la convicción o despertando alguna emoción en los ciudadanos, y que al conseguirlo se traduce en obtención de “poder”.

Pero al momento de referirnos al uso de los medios de comunicación masiva con finalidad política por parte de los diferentes actores de una sociedad, en este caso particular de la red

---

<sup>12</sup> *Ibidem.* 35-36.

<sup>13</sup> Castells, Comunicación y Poder,

social Facebook, es inevitable abordar la temática concerniente a “La comunicación política<sup>14</sup>”, ya que el uso de esta red social para ejercer el poder político desde su componente de “influencia” implica el intercambio de mensajes y símbolos entre los usuarios -el actor político y los ciudadanos- con la finalidad de captar apoyos y a través de ellos lograr incidir en el conflicto social<sup>15</sup>.

Se ha considerado que la comunicación política en cuanto al orden social que aspira solo se consigue por medio de la transacción de símbolos entre los miembros de la comunidad. Bajo esta concepción, las realidades políticas como el poder, influencia, autoridad, control o negociación son vistas desde un punto de vista comunicativo, es decir, para llegar al poder, para influir en los ciudadanos, para conseguir autoridad y para negociar con otros miembros de la sociedad es necesario que haya comunicación<sup>16</sup>.

Este intercambio de mensajes entre los actores políticos y sociales con pretensiones de incidencia en el conflicto social y los ciudadanos a través de la red social Facebook, posibilita la obtención del apoyo mayoritario, pues a través de esos mensajes es posible apelar a la convicción o despertar alguna emoción en los ciudadanos por medio de la persuasión, haciendo un correcto y estratégico uso del contenido multimedia dirigido por el actor político o social.

La red social Facebook permite la viralización de los mensajes, a raíz de esto el asesor de comunicación Antoni Gutiérrez Rubí, señala que es necesario construir un mensaje que emocione al lector y que genere la necesidad de darlo a conocer a otras personas. El político debe construir un relato capaz de movilizar a los ciudadanos y de vincularlos emocionalmente con el proyecto que lidera. Las emociones juegan un papel primordial, es por ello que, en la arena política, estas empiezan a ser valoradas y concebidas como un

---

<sup>14</sup> María José Canel, señala que la comunicación política ha recibido etiquetas variadas como: Propaganda, Marketing electoral, marketing político, relaciones públicas políticas o comunicación institucional política. “Comunicación Política”, 2ª ed. (Editorial Tecnos), acceso 05 de octubre de 2021.  
[http://di.uca.edu.sv/mcp/media/archivo/1e99ad\\_comunicacionpoliticaunaguiadeestudio.pdf](http://di.uca.edu.sv/mcp/media/archivo/1e99ad_comunicacionpoliticaunaguiadeestudio.pdf).

<sup>15</sup> María José Canel, “Comunicación Política: Una guía práctica para su estudio y practica”, 2ª ed. (Editorial Tecnos), acceso 05 de octubre de 2021,  
[http://di.uca.edu.sv/mcp/media/archivo/1e99ad\\_comunicacionpoliticaunaguiadeestudio.pdf](http://di.uca.edu.sv/mcp/media/archivo/1e99ad_comunicacionpoliticaunaguiadeestudio.pdf).

<sup>16</sup> *Ibidem*. 20.

vehículo decisivo a la hora de generar sentimientos de mayor impacto en la transmisión de mensajes.<sup>17</sup>

La aseveración de la posibilidad de apelar a la convicción y emoción de los ciudadanos por medio de los mensajes enviados por el actor político o social a través de los medios de comunicación masiva, surge desde los años noventa, ya que un buen número de estudios sobre comunicación política han demostrado la influencia de las noticias, campañas políticas y publicidad sobre los procesos de toma de decisiones de los ciudadanos<sup>18</sup>, y cada vez más estudios han destacado el papel del componente emocional en las campañas políticas debido a los descubrimientos de la neurociencia y la psicología cognitiva, que han demostrado la conexión entre la emoción y el pensamiento decidido en el proceso de toma de decisiones políticas.<sup>19</sup>

Hasta el momento, como se ha mencionado, por medio de los mensajes intercambiados a través de los medios de comunicación masiva entre el actor político y los ciudadanos, es posible lograr el convencimiento y despertar un componente emocional en ellos, supeditado en gran medida la toma de decisiones por cada uno de ellos al momento de emitir el voto -En el caso de tratarse de una elección-, sin embargo, no se ha profundizado sobre cómo la red social Facebook facilita el ejercicio y obtención del poder político. El poder político desde su componente de influencia se ejerce por medio de la red social de Facebook cuando un actor político publica un mensaje y lo difunde de forma masiva – Maximizando su alcance al pagar publicidad dentro de la plataforma- con la finalidad de captar el apoyo de las personas o votantes.

Las campañas políticas previas a elecciones son un claro ejemplo donde se materializa el ejercicio del poder político desde su componente influencia a través de la red social Facebook, ya que en ese momento se incrementa el intercambio de mensajes entre los

---

<sup>17</sup> Conexionesan, “*Cómo influyen las redes sociales en la comunicación política*”, ESAN, publicado el 18 de agosto de 2020,

<https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2020/08/como-influyen-las-redes-sociales-en-la-comunicacion-politica/>.

<sup>18</sup> Manuel Castells, “Comunicación y Poder”, 208.

<sup>19</sup> Para ampliar sobre el tema de Neurociencia y psicología cognitiva en la política, véase “*Comunicación y Poder*”, 191-208.

candidatos y los votantes. El contenido de los mensajes enviados por los actores políticos por medio de esta red social, pueden expresarse de diversas formas, desde imágenes alusivas al partido político al cual pertenecen; publicando sus propuestas políticas, posturas u opiniones sobre temas de interés colectivo; hasta videos con los cuales buscan despertar emociones de esperanza y confianza hacia su candidatura, persona e ideología partidaria o en lo que respecta a la oposición, emociones de miedo e incertidumbre.

La facilitación de la obtención del poder político por medio de Facebook, siguiendo con el ejemplo de las campañas políticas, se traduce al momento de la reafirmación y captación del apoyo mayoritario de los votantes para determinado actor político, como resultado de la persuasión ejercida en su campaña publicitaria a través de Facebook y que finalmente se materializa con el voto en las urnas, logrando así ostentar el cargo público al cual se postuló y por ende obteniendo poder político.

Con finalidades meramente académicas y fuera de adoptar o inducir a alguna inclinación o preferencia política, podemos ejemplificar de forma práctica el ejercicio de la influencia y obtención de poder político por medio de las redes sociales en nuestro país El Salvador. Este ejemplo en particular se centraliza en la campaña política del candidato presidencial del partido “Gran Alianza por la Unidad Nacional (GANA)” para las elecciones del 2019, Nayib Bukele.

Muchos mensajes de la campaña política del entonces candidato y actualmente presidente de la República de El Salvador, Nayib Armando Bukele Ortez, fueron elaborados con un alto grado de impacto emocional y difundidos en gran parte de los medios de comunicación masiva, entre ellos la red social Facebook.

Uno de los videos más emblemáticos a criterio personal, fue el video publicado desde la página oficial de Nayib Bukele en Facebook, el día 29 de noviembre del año 2018, el cual textualmente cita:

*“Este, este es el rostro viviente de nuestro pueblo ¿Cuántas tristezas nos han surcado la piel? ¿Cuántos dolores nos han marcado el alma? ¿Cuántas generaciones se han perdido*

*ante estos ojos? La de los campesinos masacrados en el 32, las generaciones pisoteadas por las dictaduras, la generación desangrada por la guerra civil, la que nació con la paz y se perdió 20 años entre arenas de la corrupción, la generación que se quedó esperando el cambio que nunca llegó ¿Cuántas hemos perdido ya? ¡Piensa! Piensa en todas esas generaciones que se perdieron ¡Piensa! Piensa en dónde estaríamos si hubiésemos avanzado en lugar de haber retrocedido ¡Piensa! Piensa en el país que nos heredaron. No perdamos una generación más eligiendo a los mismos de siempre, a los que ya tuvieron varias oportunidades y las echaron a perder; imaginemos ahora a nuestro país diciendo ¡Ya basta! Donde millones de salvadoreños dentro y fuera de El Salvador tomemos juntos la decisión por la que nos recordarán las generaciones por venir ¡Es tiempo de elegir un mejor destino y alzar vuelo al futuro! ¡Es tiempo de darle paso a las Nuevas Ideas! ¡Es tiempo de abrazar la esperanza y heredar a los que vendrán, el beneficio de una generación que cambió, de una vez por todas! ¡Nuestro querido país, El Salvador!.... El 3 de febrero ¡Hagamos Historia!’’<sup>20</sup>*

En este mensaje de carácter audiovisual se puede evidenciar como apelan a las emociones de indignación, miedo, tristeza y desencanto en atención a las gestiones gubernamentales pasadas que estuvieron a cargo de sus principales opositores políticos, destacando los actos de corrupción, hechos lamentables del pasado como la guerra civil y la masacre de campesinos ocurrida en el año 1932, etc. Además, apelan a emociones de esperanza, confianza y patriotismo sobre la candidatura de Nayib Bukele, exhortando a la necesidad de un cambio bajo el eslogan “Hagamos Historia”.

La comunicación política ejercida para esta campaña a través de los diferentes medios de comunicación masiva – Entre ellos, Facebook -tuvo como resultado el apoyo mayoritario de los votantes expresado en las urnas electorales el día 3 de febrero del año 2019, confiriéndole la victoria y posicionándolo como presidente de la República de El Salvador. En este caso, es posible atribuir en cierto grado, que esta campaña política con un alto componente emocional realizada por parte de este candidato, jugó un papel primordial en lo

---

<sup>20</sup> Nayib Bukele, “Generaciones”, Facebook, publicado el 28 de noviembre de 2018, video, (02:00 min) <https://fb.watch/8DbsGAGPfu/>.

que respecta a su éxito electoral, ya que hasta la fecha, las emociones impulsadas por los múltiples mensajes políticos se mantienen latentes.

Para Manuel Castells *“Los mensajes, las organizaciones y los líderes que no tienen presencia mediática no existen para el público. Por tanto, sólo aquellos que consiguen transmitir sus mensajes a los ciudadanos tienen la posibilidad de influir en sus decisiones de forma que les lleve a posiciones de poder en el estado y/o a mantener su control en las instituciones política<sup>21</sup>”*, es por ello, que en la actualidad las redes sociales funge un papel muy importante en la política, ya que son medios de comunicación masiva en los cuales es posible ejercer y construir poder político por sus múltiples ventajas en lo que respecta a la difusión de mensajes.

### CONCLUSIÓN

Una vez expuesta y desarrollada la temática en la que versa el presente ensayo, es posible concluir que las redes sociales, en especial Facebook, son herramientas de comunicación masiva que brindan una enorme cantidad de ventajas en el ámbito concerniente a la gestión del conflicto social, ya que a través de ellas se facilita la comunicación política por parte de todos los actores sociales, fungiendo como un excelente vehículo para ejercicio del poder político desde componente influencia, debido a que en ellas es posible la construcción y difusión de una diversidad de mensajes de carácter político que procuran la obtención del apoyo de las grandes mayoría utilizando estrategias de persuasión que comúnmente apelan a las emociones de las personas, y que al conseguirlos tienen como principal resultado la obtención o acumulación de la capacidad de intervención en el conflicto social mediante decisiones vinculantes.

Además, como recomendación personal instó a los lectores del presente ensayo que al momento de analizar los mensajes de carácter político transmitidos por los diferentes

---

<sup>21</sup> Manuel Castells, “Comunicación y Poder”, 261-262.

actores sociales en las redes sociales, adopten una postura crítica e imparcial, alejada del fanatismo e impulsos emocionales momentáneos producidos por los mismos.

### **BIBLIOGRAFÍA**

- Aguilera di Prat, Cesáreo R., Joan Atón, Luis Bouza-Brey, Miquel Caminal; Jaume Colomer, Antoni Fernández, Andrés de Francisco, Eduard Gonzalo, Jordi Guiu, Pedro Ibarra, Jacint Jordana, Francisco Letamendia, Joaquim Lleixa, Jaume Magre, Enric Martínez, Jordi Matas, Jaime Pastor, Amadeu Recasens, Ferrán Requejo, Rafael Ribó, Jordi Sánchez, Ana Sanz, Xavier Torrens, Pere Vilanova, *Manual de Ciencia Política*, edición por Miquel Caminal Badia, España, Editorial Tecnos, 2005.
- Bukele Nayib, *Generaciones*, video en Facebook, 2:00, 28 de noviembre de 2018, <https://fb.watch/8DbsGAGPfu/>.
- Canel, María José, “Comunicación Política: Una guía práctica para su estudio y practica”, 2ª ed., Editorial Tecnos, [http://di.uca.edu.sv/mcp/media/archivo/1e99ad\\_comunicacionpoliticaunaguiaedeestudio.pdf](http://di.uca.edu.sv/mcp/media/archivo/1e99ad_comunicacionpoliticaunaguiaedeestudio.pdf).
- Castells, Manuel, *Comunicación y Poder*. Madrid, Alianza Editorial, 2009.
- Valles, Josep M, *Ciencia Política: Una introducción*, 6ª ed. Barcelona: Editorial Ariel, 2007.
- Weber, Max, *Economía y Sociedad: Esbozo de sociología comprensiva*, México, Fondo de Cultura, 1964.