

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



INCIDENCIA DE LOS MEDIOS DIGITALES EN EL ACCESO Y MANTENIMIENTO  
DEL PODER POLÍTICO, DESDE EL 2019 A LA ACTUALIDAD EN EL SALVADOR

CURSO DE ESPECIALIZACION EN DERECHO POLÍTICO Y ELECTORAL,  
CICLO I-2022

TRABAJO DE GRADO PARA OBTENER EL TITULO DE LICENCIADA EN  
CIENCIAS JURÍDICAS

PRESENTADO POR:

NANCY BELEN FLORES RODAS

DOCENTE ASESOR (A):

MSC. LUIS EDUARDO AYALA

CIUDAD UNIVERSITARIA, SAN SALVADOR, NOVIEMBRE DE 2022

# **Incidencia de los medios digitales en el acceso y mantenimiento del poder político, desde el año 2019 a la actualidad en El Salvador.**

Flores Rodas, Nancy Belén

fr15007@ues.edu.sv

## **RESUMEN.**

El crecimiento exponencial de las nuevas tecnologías de información ha permitido cambiar la manera en la que se ha estado haciendo política durante los últimos años, avanzando así a un nuevo estadio, donde cobra suma importancia los medios digitales y las redes sociales como una extensión de estos, intentando dejar en el olvido medios tradicionales con procedimientos burocráticos y líneas editoriales definidas.

Los medios digitales y las redes sociales al estar caracterizadas por la deslocalización, la imprevisión, la inmediatez y la interacción; se han convertido en formas de responder inmediatamente a las necesidades de información de los ciudadanos, siendo actualmente, la manera preferida de informarse pues se considera que la información, al ser originaria o de primera mano, se comunica sin filtros y sin censura, lo cual favorece y alimenta la preferencia de los ciudadanos, frente a medios tradicionales.

Es por ello que los medios electrónicos dejaron de ser instrumentos, para convertirse en actores de los procesos políticos con agendas e intereses propios. Se han vuelto actores políticos por la incidencia que han logrado en la construcción o modificación de la opinión política de los ciudadanos, ya sea frente a comicios electorales o a la preferencia de determinado funcionario de gobierno, durante el ejercicio de su mandato. Es así, como los gobernantes de turno, haciendo uso de los medios de comunicación digitales y de su alcance, han logrado llegar al poder y mantenerlo con firmeza con altas probabilidades de perpetuarse en él.

**Palabras claves:** medios digitales, redes sociales, filtro burbuja, noticias falsas, democracia, propaganda, elecciones.

# **Incidencia de los medios digitales en el acceso y mantenimiento del poder político, desde el año 2019 a la actualidad en El Salvador.**

Flores Rodas, Nancy Belén  
fr15007@ues.edu.sv

## **INTRODUCCIÓN.**

Los medios de comunicación tradicionales, como la televisión, los diarios y las radioemisoras, ocuparon por muchos años un rol protagónico, sin embargo, la liberalización de los medios y su funcionamiento en torno a las lógicas del mercado, ha puesto en debate en el nivel de objetividad y calidad de la información que a través de ellos se difunde. Es por ello que, con el avance de las nuevas tecnologías, la cuarta revolución industrial y la globalización; la información se desarrolla con mayor velocidad y se le da prioridad a los medios digitales o electrónicos de comunicación, debido a que aquí, la información es comunicada en cuestión de segundos gracias a la transición de los medios tradicionales a medios digitales.

En el presente ensayo se pretende desarrollar lo referente a los medios digitales y las redes sociales como parte de la sociedad política, con influencias propias que inciden en la opinión de sus usuarios, para lo que se ha ideado una estructura básica que facilita el entendimiento del tema a transmitir. Es así como se comenzará explicando la definición de *medios digitales*, distinguiendo su clasificación e identificando figuras que, si no nacieron con ellos, al menos tomaron mayor robustez, como el fenómeno de las noticias falsas y el efecto del filtro burbuja. Se continuará explicando respecto al impacto de los medios digitales en la política, de manera general; y su efecto durante campañas electorales y durante el ejercicio del poder político, de manera específica, explicando para cada apartado como se manifiesta, de manera resumida en la realidad nacional; para finalizar con un análisis sobre los medios digitales y su influencia en El Salvador durante la campaña presidencial del año 2019 y su desenvolvimiento hasta la actualidad, pasando brevemente por las elecciones de Diputados y Concejos Municipales, realizadas en el año 2021.

## 1. ¿Qué son los medios digitales?

Los medios digitales son aquellos formatos a través de los cuales se puede transmitir o crear información por medio de plataformas electrónicas digitales. Son, pues, espacios en los que se genera una comunicación entre usuarios y creadores de contenido, lo que incluye todas las prácticas de comunicación que se realizan a través de las tecnologías digitales.<sup>1</sup>

En este campo, pueden extraerse dos categorías: Los *medios digitales como tal*, los cuales se refieren a aquellos medios que, sin importar su origen, se elaboran y distribuyen por la web; así es como se tiene como ejemplo aquellos medios que fueron tradicionales y que tuvieron o tienen una versión offline, tal como El Diario de Hoy y la Prensa Gráfica, que nacieron como parte de la prensa escrita pero actualmente, y con el fin de tener mayor alcance tienen un diario digital que es paralelo a sus publicaciones; siendo la segunda, los *medios nativos digitales*, que son aquellos medios que nacieron, desde el comienzo, en el entorno digital; es decir que nunca tuvieron un espacio en los medios tradicionales o una versión offline, tal como periódicos o revistas digitales actuales como *El Faro*, *Gato Encerrado* o *Factum*; los cuales hoy han ganado influencia en la opinión de la población salvadoreña.

Para efectos del presente ensayo, se tomará como referencia una definición amplia de *medios digitales*, a fin de poder explicar el objetivo del estudio con mayor claridad, es decir, se mantendrá que un medio digital todo aquel que distribuye información a través de la red, indistintamente si se trata de una revista, periódico, post, blog o sitio web.

## 2. Los medios digitales y las redes sociales como actores políticos.

Es necesario definir que un actor político es aquella persona o grupo que desempeña un papel políticamente relevante, es decir, que juega un rol que afecta directamente las operaciones de alguna estructura dentro del sistema político,<sup>2</sup> y tomando en cuenta que las redes sociales y el internet, desde sus inicios, se percibieron como espacios con un inmenso potencial para la

---

<sup>1</sup> “Medios digitales: guía práctica para sacarles el mejor provecho” UNIR La Universidad en Internet, acceso 05 de octubre del 2022. [Medios digitales: Guía práctica \(unir.net\)](#)

<sup>2</sup> “Diccionario Electoral: Actor Político” Diccionario electoral INEP, acceso el 30 de septiembre de 2022, [Diccionario Electoral 2006 CD \(inep.org\)](#)

masificación del acceso a la información, a la expresión y a la cultura; se han convertido en nuevos medios de comunicación, por tratarse de formas que facilitan la producción y el intercambio de contenido en diferentes plataformas, han ganado un espacio en la política, debido a la facilidad con la que pueden distribuir la información ante los usuarios y generar interacción a fin de conocerlos mejor.

Entonces, los medios digitales logran escalar a ser llamados medios políticos, por volverse parte de aquellos medios de comunicación de masas, los cuales son decisivos en la formación de la opinión pública, la cual condiciona decisiones políticas.

Estos medios digitales han cambiado completamente el papel que los periodistas desempeñan, la función de las instituciones gubernamentales e incluso han modificado la forma en que se comunican los líderes políticos. Es así como se determina que, los medios digitales cambian y redefinen todo el entorno, por cambiar el juego, lo cual es de suma importancia materia política, por ejemplo, para los ciudadanos, creando una forma de involucrarse, de generar un espacio de discusión y de formar una opinión que pueda ser escuchada.

Los medios electrónicos dejaron de ser solamente instrumentos, para convertirse en actores de los procesos políticos con agendas e intereses propios, pues ahora, la batalla más importante que se libra en la sociedad cuando se habla de política, es la batalla por la opinión pública, pues se sabe que la forma en que la gente piensa, determina el destino de las normas y valores sobre los que se construyen las sociedades; además determina los candidatos o partidos ganadores con base a la opinión que se ha logrado construir.

Estas nuevas formas de interacción de los actores políticos-ciudadanos supone una importante amenaza para la democracia porque los medios de comunicación aparecen como excesivamente autónomos del interés público, sin un aparente control y bajo el estandarte de la libertad de expresión, lo que los vuelve actores políticos casi que sin ninguna regulación que los limite.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Citlali Villafranco Robles, "El Papel De Los Medios De Comunicación En Las Democracias", *Andamios:*

Ahora bien, es necesario mencionar que las redes sociales son herramientas digitales, y en el caso de El Salvador, las más utilizadas como WhatsApp, Facebook y Twitter, son gestionadas por gigantes tecnológicos estadounidenses. Estas herramientas permiten a los usuarios crear y compartir contenido, se caracterizan por mantener un cierto grado de igualdad, es decir; cualquier persona puede crear y manejar una cuenta con la finalidad de compartir mensajes, fotos, videos, entre otras cosas. Éstas se han convertido en el principal canal de comunicación de las personas en todo el mundo, es por eso que no debe extrañarse que se hayan incluido en la estrategia política de diversos funcionarios de gobierno o candidatos políticos.

Al verse de manera objetiva, se piensa que las redes sociales realizan una especie de labor social en materia política, al nivelar el campo de juego, pues ayuda a que mayor número de candidatos tengan voz, recauden fondos o difundan sus principios de campaña, considerando así, que las barreras de acceso a la política se han reducido sustancialmente. También fomentan la participación directa del público, a diferencia de los medios tradicionales, pues en este caso, las redes sociales proporcionan un acceso abierto y gratuito para los usuarios, generando así una comunicación directa con los políticos.

Así mismo posee efectos negativos, los cuales pueden ser analizados desde la perspectiva de la manipulación, pues facilitan la difusión de información a través de los llamados *bots*, *trolls* o del *spam*, dicha información puede ser injuriosa o calumniosa; en otros casos se difunden discursos con un trasfondo de odio e intolerancia, o puede incluir la promoción de las llamadas noticias falsas, teniendo como consecuencia la desconfianza en sus usuarios. Aunque aún no se pueda dar garantía si las redes sociales son espacios o no, de debate público, al menos se está seguro que están cambiando las reglas de la participación electoral o de su incidencia en la opinión pública en general.

Desde la aparición de Twitter en el contexto salvadoreño, como la red social oficial de comunicación del Gobierno, aprovechándose de la viralización de los mensajes, se intentó vender la idea de un gobierno más cercano con la gente, al que podrían escribirle contestaría

---

*Revista de Investigación Social*, Vol.2, n.3 (2005), [Redalyc.El papel de los medios de comunicación en las democracias](#)

siempre, teniendo como fin último el bienestar de las personas que lo votaron para llegar ahí, entonces, podría interpretarse que lo que se deseaba era ver esta red como un intermediario o un moderador del debate público, lo cual en la actualidad, es parcialmente falso, pues a pesar que Twitter continua siendo el tablero de anuncios gubernamental, y que algunas personas han logrado atraer la atención de instituciones como la Fiscalía General de la República o la Policía Nacional Civil a través de este medio; no existe ninguna garantía que la red proporciona un espacio público para debatir, pues al convertir la publicación en una queja o reclamo para alguna institución del Estado o para un funcionario público, es casi inmediata la reacción de bloquearlo, ocultarlo o silenciarlo.

Entonces, los medios digitales como tal, se han vuelto actores políticos por su transición a medios de comunicación de masa, donde su influencia en la opinión pública ha aumentado a través de la difusión de noticias de forma rápida y casi inmediata; por su parte, las redes sociales también se han convertido en actores políticos, y a pesar que no puedan considerarse medios de comunicación por no elaborar contenido informativo propio, si pueden afectar el proceso de toma de decisiones ya que pueden modificar u orientar cierta opinión en el lector,<sup>4</sup> y es por ello que de forma específica han sido incluidas como parte de la estrategia de políticos o candidatos a algún cargo público, siendo el propósito generar las opiniones suficientes que le permitan acceder a la función pública o mantenerse en dicha posición.

Es importante mencionar, el que las redes sociales se hayan vuelto parte de los actores políticos tiene aparejada cierto grado de desinformación pero eso solamente es el resultado de la poca confianza de los ciudadanos en el sistema político actual, de la creada sospecha hacia los medios de comunicación tradicionales y a la alta polarización que se vive actualmente.<sup>5</sup>

## **2.1. Efectos del filtro burbuja y las noticias falsas.**

Los medios digitales y las redes sociales, son utilizadas para el beneficio político de algunos,

---

<sup>4</sup> Violeta Alvarado Salas, “Manipulación de la información en la era digital de las comunicaciones: ¿A qué se enfrentan los gobiernos latinoamericanos? El caso chileno.” (Ponencia, X Congreso Latinoamericano de Ciencia Política, 31 de julio de 2019). [143-alvarado-19.pdf \(alacip.org\)](https://alacip.org/143-alvarado-19.pdf)

<sup>5</sup> Razvan Vlaicu “¿Las redes sociales están transformando las elecciones en América Latina?” Banco Interamericano de Desarrollo, 03 de noviembre de 2021, <https://blogs.iadb.org/ideas-que-cuentan/es/las-redes-sociales-estan-transformando-las-elecciones-en-america-latina/>

mientras que para la mayoría de ciudadanos solo es una manera de entretenerse. Parte del beneficio que encuentran aquellos que las incluyen como parte de su estrategia política, es el llamado filtro burbuja; pues su funcionamiento, reduce las posibilidades de generar discusiones públicas, sanas y diversas; dicho efecto se produce, con base a las búsquedas recientes de los usuarios y la información que se consume, creando la falsa ilusión que el pensamiento propio resulta ser el mayoritario; mermando y dificultando la apertura a diferentes puntos de vista.

Y es que por medio del uso de algoritmos se toma en cuenta con quién se ha interactuado, la ubicación, los perfiles vistos con anterioridad, entre otros factores y se genera la llamada *búsqueda personalizada*.<sup>6</sup> En este ambiente de falsas ilusiones es que la proliferación de contenidos falsos o de dudosa calidad se torna peligrosa, se vuelve rentable que aparezcan medios que se dediquen a difundirlos y al mismo tiempo agudiza fenómenos que influyen en la percepción de las personas frente a temas importantes de discusión política.

A este fenómeno, se le atribuyen efectos negativos en la capacidad de discusión democrática, ya que es difícil entablar un debate con posiciones distintas si el contenido consumido sólo refuerza argumentos similares. Este sesgo, el cual no es exclusivo de las redes sociales, es entendido por otros autores como la *Caja de Eco*, la que se comprende como un riesgo en la medida que da paso a que la persona crea lo que quiera creer sin importar la veracidad de la fuente.<sup>7</sup>

Es en todo este contexto de las comunicaciones digitales que el fenómeno de la manipulación de la información se vuelve interesante e importante de analizar, sobre todo considerando los posibles daños que puede generar. Si bien es un hecho que ha estado presente a lo largo de la historia, las nuevas dinámicas sociales enmarcadas en la era digital, vienen a configurar, no solo la forma en que se desarrolla la política, sino que también la forma en la que el Estado se desenvuelve y se relaciona con la sociedad. Nuevas necesidades surgen, ante las cuales los

---

<sup>6</sup> Violeta Alvarado Salas, “Manipulación de la información en la era digital de las comunicaciones: ¿A qué se enfrentan los gobiernos latinoamericanos? El caso chileno.”, 7.

<sup>7</sup> Esteban Illades, *Fake News: La nueva realidad*. (Ciudad de México: Grijalbo, 2018)

gobiernos actuales deben ocuparse y adoptar un rol activo, teniendo presente la importancia de la calidad de la información para el mantenimiento de democracias sanas y estables.

Otro fenómeno que se ha desarrollado en el contexto de las redes sociales y que tiene incidencias en un sistema democrático son las noticias falsas, las cuales están compuestas por información incorrecta, inventada o sacada de contexto que se utiliza para perjudicar a terceros o influir en la opinión pública.<sup>8</sup> La estrategia de las noticias falsas no es nueva, pero con internet ha aumentado como nunca la posibilidad de expandir su daño pues se debe tomar en cuenta que, la estructura económica digital se sustenta, en gran medida, en la publicidad; pues, para un sitio web, aumentar la cantidad de visitas significa mayores tasas de retorno por concepto de publicidad, por lo que el foco se pone en la utilización de diversas estrategias que buscan aumentar dicho número.<sup>9</sup> Es así como se vuelve tentador tergiversar la información, pues con títulos llamativos y en ocasiones amarillistas y mal intencionados, se pretende lograr el mayor número de interacciones posibles aumentando así las vistas del artículo o del sitio web, lo cual generará las ganancias previstas o alcanzar el objetivo de la información esperada, recordando que la manera en que la información se mueve en las redes sociales o en los medios digitales en general, es a través de los llamados *likes*, o a través de compartir los post vistos.

Estas noticias falsas son un riesgo con el cual se debe convivir si se desea que las noticias que circulan por las redes sociales se mantengan tal y como están; pues las redes sociales están caracterizadas por la deslocalización, la imprevisión, la inmediatez y la interacción; lo cual hace que la información circule casi en el momento que está ocurriendo, lo que provoca que no pueda ser autenticada con certeza. Eso sí, por ser una información de origen o primaria, el sesgo informativo o la manipulación puede ser menor, a que si pasara por todo el tratamiento de una agencia,<sup>10</sup> donde hay mayores probabilidades de manipulación debido

---

<sup>8</sup> “#InformatoParaElegir: Campaña contra la desinformación en redes sociales” Defensoría del Pueblo, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 01 de agosto de 2021. [#InformatoParaElegir: campaña contra la desinformación en redes sociales - Defensoría del Pueblo CABA \(defensoria.org.ar\)](#)

<sup>9</sup> Violeta Alvarado Salas, “Manipulación de la información en la era digital de las comunicaciones: ¿A qué se enfrentan los gobiernos latinoamericanos? El caso chileno.”.

<sup>10</sup> Brenda Cabral Vargas, “Manipulación de la información en medios de comunicación digitales e impresos” en *Verdad y Falsedad de la Información*, (Ciudad de México: Universidad Autónoma de México, 2019) 145-

a la cadena de mandos que se debe respetar, existan más formas de intervenir el contenido de la publicación.

De esta manera, el uso del filtro burbuja y la alta proliferación de noticias falsas que se presentan en las redes, afectan la creación de la opinión pública y cómo las personas se relacionan con sus sistemas políticos. Usualmente, se tiende a creer que dependiendo de la persona así será la veracidad de la información, es por eso que, en años anteriores se han visto campañas donde se proclama la “verificación”. Implicaba que, el usuario de las redes sociales debía asegurarse que quien compartía la información se trataba de una cuenta verificada (que ha pasado una serie de filtros propios de la red social donde funciona, la cual asegura que la cuenta es de una persona en específico y que le precede cierta reputación). La campaña estaba orientada a cortar la cadena de noticias falsas, evitando que las personas siguieran dándole importancia o alcance a través de una forma de identificar las mismas.

El problema real que se vive en El Salvador es que se ha vuelto tan difícil identificar las noticias falsas y más aun tomando como referencia la persona que la comparte, pues se logra ver ampliamente a funcionarios de gobierno (con cuentas verificadas, y quienes deberían proclamar la verdad), compartiendo noticias de páginas dudables, fantasmas o patrocinadas, que poseen noticias falsas pero que las personas no identifican, logrando darles mayor alcance y publicidad de la que se debería.

El efecto burbuja y las noticias falsas ha logrado increíblemente su labor e impacto en el sistema político salvadoreño. Antes del año 2015, la política salvadoreña se movía en los medios tradicionales de comunicación, sea en radio, televisión o prensa escrita; se notaban los clásicos panfletos pegados en las paredes o las banderillas colgadas entre postes de iluminación; pero desde que el actual presidente de la república Nayib Bukele, anuncio su candidatura para alcalde por el Municipio de San Salvador, la forma de publicitarse políticamente, cambio. Fue un cambio disruptivo, que generó un antes y un después en la forma de hacer política salvadoreña. Las obras que se habían realizado en el municipio de Nuevo Cuscatlán, se publicitaron a través de redes sociales, donde poco importaban si eran reales o no, pues la mayoría ni sabía que ese municipio existía, pero se volvió popular por su

---

165. [L223\\_Cap7.pdf \(unam.mx\)](#)

fama en medios digitales que el mismo candidato generó; sobre sus adversarios políticos, fácil fue destruirlos con comentarios que generaron la popularidad de las masas en redes sociales, elevándolo a una categoría de “moderno”, y a todos los adversarios, como “anticuados” u obsoletos.

### **3. Impacto de los medios digitales en la política.**

La transición política que vive el país está manifestando diversas transformaciones en la relación de los ciudadanos y todo lo que tenga alguna denominación “política”, derivadas de la influencia, extensión y auge de los medios digitales. Se observan cambios generalizados que tienen que ver con la convivencia, los partidos políticos, la regulación y la creación de nuevas formas culturales y de participación inéditas y que definirán el futuro de la democracia que se construyen y operan desde las redes sociales. Hoy, es una época intensa e interesante acerca de cómo funcionan las nuevas formas de comunicación, formación de consensos y rentabilidad electoral desde la acción de gobierno que están afectando a las organizaciones, las formas de expresión y el contenido de las políticas públicas.

Las expresiones que se están cambiando y el lugar dónde apuntan estas tendencias políticas son:

- 1- **Las estructuras políticas virtuales**, hacer política se requiere un cierto grado de afiliación, un movimiento, activismo y una estructura de soporte. Si antes las marchas, los plantones y las protestas eran el formato más usado; actualmente las redes sociales son el mejor medio de fiscalización ciudadana al formar corrientes de opinión, difusión, información y contacto que pueden ayudar a crear consciencia sobre un problema y ejercer presión sobre las autoridades y los funcionarios públicos. Para los ciudadanos, esto significa que no es necesario recurrir a “intermediarios” para participar políticamente. Ahora puedes crear tu propio sitio y opinar, organizar un movimiento, dirigirte a la autoridad en tiempo real, convocar a otros a participar y convertirse en un “*influencer*” político, para lo cual ya no es imprescindible afiliarte a un partido o sindicato para expresar tus demandas. Una consecuencia visible es la pulverización de los partidos políticos tradicionales, basados en sistemas de operación arcaicos en los que las organizaciones colectivas ya no representan el poder de movilización que antes

detentaban y que hoy es un activo ciudadano. Si bien los líderes políticos del pasado sucumbieron ante los efectos de la corrupción y su pobreza moral, también una parte de su desgaste se generó con el intercambio de ideas, la investigación y la opinión social ejercida a través de las redes sociales. La tarea por delante es actualizar, construir o delimitar esas nuevas alianzas, estructuras o movimientos que consoliden el poder ciudadano para evitar el surgimiento de partidos oportunistas que se aprovechen del terreno ganado por la población que ha sido activa en las redes sociales.

- 2- **Mayor Individualismo e inmediatismo:** Cabe destacar que, si bien las redes sociales fortalecen la participación política, también se basan en expresiones individuales, temporales, tendenciales, lo que limita la estabilidad y profundidad de los cambios políticos. Es decir, los ciudadanos están preocupados, presionados e interesados sobre demandas muy particulares, quieren atención personalizada y efectiva que pulveriza la acción de gobierno y genera conflictos entre distintos grupos sociales. Cuando la autoridad reacciona para responder a cuestionamientos en redes sociales y no hace una ponderación de política pública en el largo plazo ni con las consideraciones integrales de fondo, puede generar mayores conflictos que los que se propone solucionar. Por ejemplo, los casos que se notan en el contexto salvadoreño, donde de repente personas hacen demandas personales a través de la red social que elijan, pidiendo auxilio de la presidencia, o de alguna institución gubernamental en específico, luego, el Estado a través de quien este designe, responde a la necesidad pero sin ahondar en la raíz del problema, o sin reparar en que esa misma situación puede ser usual en cierto grupo minoritario de la sociedad; sino que, termina siendo suficiente solucionar el problema a esa persona sin ningún plan de contingencia para todos los demás. Caso que se puede ver cuando se solicita la liberación de determinado detenido por el régimen de excepción, pues ya todos saben que, entre mayor “ruido” se haga en redes sociales, más fácil es que analicen su caso con mayor prontitud.
- 3- **Descentralización y eficiencia,** El auge tecnológico impone una nueva lógica al quehacer del gobierno, las soluciones se quieren aquí y ahora. El ciudadano está acostumbrado a comunicarse, solicitar comida, gestionar pagos, realizar operaciones,

hacer de todo y trabajar en medios digitales de forma inmediata, con calidad en el servicio y con atención al cliente que le responde de manera efectiva ante cualquier queja o incidencia. Ante este panorama, exige lo mismo del gobierno. La expectativa de cambio implica que todos los trámites y servicios evolucionen a nuevas formas de gestión muy eficientes, tecnológicas, modernas y con buena actitud. El énfasis del gobierno entonces está en generar una cultura extendida para moldear esta relación con los ciudadanos sin que signifique un costo excesivo y que realice las reformas de fondo para facilitar y hacer más expedita la prestación de servicios públicos, lo que plantea un reto enorme y complejo. La conciliación de la agenda de gobierno es clave, los temas de crecimiento económico, feminicidios, ecología, seguridad pública, educación, salud y desarrollo social, requieren de discusiones y consensos de fondo urgentes.<sup>11</sup>

### **3.1. Impacto de los medios digitales en tiempos electorales.**

Toda campaña electoral indica y requiere acciones persuasivas que sustente los mensajes de los políticos, les den credibilidad, los visibilicen y, sobre todo, les ayuden a ganar votos; y para lograrlo es necesario crear una estrategia donde las acciones deben estar planificadas con anterioridad y que estas respondan a los objetivos de la campaña que se han planteado.<sup>12</sup>

Desde la aparición de las nuevas tecnologías, y del uso astuto de ellas, las campañas electorales han cambiado, se puede decir que han ampliado sus métodos; pues hoy en día que más personas están conectadas a la red a través de sitios web, blogs o redes sociales, es mayor el alcance que alguien puede tener en comparación con el uso dado a los medios tradicionales. Esta ampliación del espacio donde se desarrollan campañas políticas responde a la causalidad de la comunicación y de la transformación de los procesos políticos electorales, que se ha ido dando tanto a nivel mundial con el paso de los años como a nivel local. Las estrategias de marketing han ido apareciendo en los procesos electorales, dando paso al llamado *marketing*

---

<sup>11</sup> Alfredo Paredes, “Apogeo de los impactos de medios digitales y transición política”, *Revista Forbes* (07 de marzo de 2019) <https://www.forbes.com.mx/apogeo-de-medios-digitales-y-transicion-politica/>

<sup>12</sup> María Irma Hernández “Comunicación Política en Redes Sociales. Caso: Páginas en Facebook y Twitter de Norman Quijano, Oscar Ortiz y Will Salgado como candidatos a Alcaldes durante la campaña electoral 2012 en El Salvador” (Tesis de maestría, Universidad Centroamericana José Simeón Cañas, 2013), 38 [Comunicación política en redes sociales \(uca.edu.sv\)](http://uca.edu.sv)

*político*, el cual ha tenido una participación fundamental en la estrategia electoral actual.<sup>13</sup>

A través de las redes sociales, los políticos pretenden “conectar con las personas” a un nivel más personalizado, para que ejerzan el derecho al voto a su favor. Razón por la cual la estrategia política digital dejó de ser una simple parte de la campaña a ser un elemento *fundamental* de ella. Entonces, la finalidad real y última de los medios digitales y de las redes sociales en tiempos electorales, es igualar la candidatura a un producto del mercado, por decirlo de alguna manera; que cuando se hable de las elecciones, se piense en un candidato en específico y que la mente del votante lo relacione como primera opción; y la única manera de permanecer en la mente del votante durante tanto tiempo, es crear un entorno donde el candidato político se mantenga siempre visible y ocupando líneas estratégicas del entorno de los ciudadanos.

A pesar que ahora no se puede concebir el ganar unas elecciones sin el componente digital, lo cierto es que la democracia necesita medios de comunicación que no sean excluyentes, para así poder constituirse en vehículos universales de información por lo que no significa que quien tenga mayor alcance político en las redes sociales será el único con apoyo real de la población pues también cobra importancia el trabajo territorial que estos desempeñan.

En El Salvador, como se mencionó anteriormente, las elecciones del 2015 fueron trascendentales para la nueva forma en que se hizo política, pues marco un antes y un después. Y aunque en ese momento no parecía tan notable, ahora que se realiza un vistazo en retrospectiva se nota que, si algo se le puede reconocer al actual presidente, es su fina intervención en los medios digitales a su favor. Cuando fue expulsado del partido que lo había llevado a ganar la Alcaldía de San Salvador y recién anuncio su movimiento político “Nuevas Ideas”, el marketing político, no se hizo esperar. Empezaron diversas campañas para separar el actual movimiento, de los viejos partidos políticos; creando frases icónicas como “Devuelvan lo robado” o “los mismos de siempre”, generando en la población una especie de vinculo psicológico, donde todos los políticos anteriores habían estado en su contra y solamente ahora, tenían a alguien de su lado, se posiciono como una especie de salvador ante

---

<sup>13</sup> “La importancia de la presencia digital en las campañas electorales” *IMF Blog de Marketing*, 22 de mayo de 2021. [La importancia de la presencia digital en las campañas electorales \(imf-formacion.com\)](http://imf-formacion.com)

la monotonía y el bipartidismo que mandaba en la sociedad salvadoreña (como si el bipartidismo no fuera causa de los mismos votantes). Les dio una posibilidad a los ciudadanos de hacer catarsis, de encontrar culpables, les proporcionó un medio por el cual desahogar todos aquellos rencores que tenían guardados y que relacionaron con partidos y figuras políticas anteriores. Fue todo un trabajo psicológico, impulsado solamente por las grandes mentes del marketing político, que encontró tierra fértil para su reproducción.

### **3.2. La Propaganda gubernamental.**

La propaganda se trata de una técnica para obtener adhesión, cuyo objetivo es guiar a los individuos a adoptar una idea o actuar de algún modo que, por lo general, sin la propaganda no hubiesen adoptado o efectuado.<sup>14</sup> Existen dos premisas fundamentales a considerar siempre que se hace referencia a la propaganda: Que la propaganda es estratégica, esto es, que está guiada por los fines del propagandista y que la propaganda es transaccional, dado que las tácticas a emplear se eligen en función del público al que se dirigen.<sup>15</sup>

Entonces, se entiende como propaganda gubernamental, al conjunto de actos escritos, publicaciones, imágenes, grabaciones, proyecciones y expresiones que lleva a cabo, de manera intencional, un gobierno con el fin de volver más eficiente la gestión política. Este tipo de figura se da únicamente desde la posición de poder, es decir, que quien emite la propaganda ya forma parte del poder del Estado, llámese alcalde, diputado o presidente. Persigue, fundamentalmente, lograr la adhesión y el apoyo de los gobernados hacia sus gobernantes, o alcanzar el apoyo hacia los planes y políticas que buscan implementar. Como resultado, puede producir efectos tan variados como la creación y/o mantenimiento de la legitimidad, el logro de consenso o la búsqueda de conformidad de los ciudadanos con las políticas implementada.<sup>16</sup>

Esta figura de la propaganda electoral se da en el marco de un fenómeno llamado *Campaña*

---

<sup>14</sup> Jacques Driencourt, *La Propaganda: La nueva fuerza política*. (Buenos Aires: Editorial Huemul, 1964).

<sup>15</sup> Orlando D'Adamo y Virginia García Beaudoux, "Propaganda Gubernamental: Una propuesta de clasificación de sus etapas", *Politai, Revista de Ciencia Política*, Vol. 2, n.3. (2011) [Propaganda gubernamental: una propuesta de clasificación de sus etapas | Politai \(pucp.edu.pe\)](#)

<sup>16</sup> *Ibíd.*

*permanente*, es decir, que todas las acciones publicitadas van encaminadas a que los gobernados tengan una ilusión que todo el aparato estatal está funcionando en perfectas condiciones y sirvan de apoyo para un futuro proceso electoral. En El Salvador, el actual presidente Nayib Bukele, desde el comienzo de su campaña en el tardío 2018 hasta las elecciones del 28 de febrero del 2021, pasando por la primera mitad de su mandato presidencial, se ha mantenido sin cesar un ritmo de campaña política como si buscara todos los días su elección, su reelección o una nueva elección, como ya fue el caso en la histórica elección de diputados y municipales del año 2021, donde resultaron elegidos la mayoría de sus diputados. Es por eso que, desde hace más de tres años no ha habido un solo discurso, intervención, rueda de prensa, o mensaje en Twitter sin que se mencionen aquellos blancos ideales, llámese los mismos de siempre, los poderes facticos, las fuerzas oscuras, o como el decida llamarlos con el fin de antagonizar a los partidos políticos usuales con los gobernados. La propaganda gubernamental se nota en Facebook o Twitter; la genera la Secretaría de Comunicaciones de la Presidencia y es reproducida por todas las carteras del Estado, sean estas autónomas, de gobierno central o formen parte del Ministerio Público.

#### **4. ¿Qué sucede en El Salvador?**

El Salvador, actualmente está plagado del llamado “activismo digital” el cual se ha vuelto una peligrosa herramienta, pues solo ha facilitado evitar el debate cara a cara y ha cerrado considerablemente las condiciones necesarias para que haya un entorno político apropiado. Sin embargo, la igualdad en el espacio discursivo pasa por la igualdad real, por lo que difícilmente puede hablarse de la conformación de una política real si no hay igualdad jurídica, económica, educativa, tecnológica y de género entre todos los que se encuentran en el espacio público. Actualmente, en la realidad nacional, predominan dos problemas producto directo del mencionado “activismo digital”, el cual, para efectos de la presente investigación documental, uno podría tener un mayor grado de gravedad que el otro.

El primero, se manifiesta en las campañas electorales, donde actualmente la mayoría o al menos buena parte de la población, al tener acceso a internet y a las redes sociales, se ve envuelto en el fenómeno del *marketing político*, y forma parte de los públicos objeto para lograr generar o movilizar una opinión determinada. Durante las campañas electorales, El

Salvador ha estado caracterizado por las burlas y las sátiras dirigidas hacia los contrincantes políticos que no gozan de mayor popularidad o que no tienen a su disposición un ejército de súbditos que controlen las tendencias de las redes sociales a su antojo. El mejor caso para ejemplificar, se puede visualizar en las pasadas elecciones presidenciales del año 2019, donde el actual presidente Bukele se enfrentó a Carlos Calleja como candidato por el partido Alianza Republicana Nacionalista de El Salvador, contra Hugo Martínez como candidato por el partido Frente Farabundo Martí para la Liberación Nacional y contra Josué Alvarado en representación del partido Vamos.

La estrategia de descarte fue la primera en acción por parte del actual mandatario, pues empezó a igualar al FMLN como un partido capitalista y de corte liberal, diciendo que este era un ARENA 2.0, logrando que sus seguidores lo reprodujeran desacreditando así a dicho partido y acabando así con su base electoral. Una vez este partido fue, en abstracto, descalificado, todos los ataques fueron orientados al siguiente contrincante que podría representar una amenaza. Se aprovechó de la debilidad que caracterizaba al candidato presidencial, Carlos Calleja en algo tan sencillo, como en su pronunciación del idioma, pues se alcanzaba a identificar en su español un acento de alguien que ha pasado mayor tiempo hablando inglés. Fue así como el aparataje mediático, del que en ese momento era dueño el entonces candidato presidencial Nayib Bukele, atacó a través de sátiras, memes, burlas y demás contenido de redes sociales, al candidato presidencial logrando así que quienes estuvieran indecisos, no llegaran a tomar una postura por él.

Una vez, desacreditados y funcionando todo el poder mediático en contra de los dos partidos que representaban la mayor fuerza política del país, el actual presidente presentó su campaña con una coherencia gráfica y una planificación identificable. Los formatos narrativos utilizados se dividieron en cinco conjuntos: discursos por Facebook Live (5 videos), cobertura noticiosa (6 videos), animación (4 videos), spots temáticos (13 videos), Cobertura de eventos de campaña (15 videos), Historias de vida (4 videos), y Otros (9 videos).<sup>17</sup>

---

<sup>17</sup> Elsy Tatiana Orantes Rivera, “El dispositivo de la propaganda en las redes sociales de la campaña presidencial

Esta misma secuencia fue seguida para las elecciones de diputados y concejos municipales del 2021, con la diferencia que se agrega un elemento: La propaganda gubernamental, la cual, financiada con recursos públicos, enaltece las obras de infraestructura vial o programas sociales otorgados con anterioridad, como si fueran nada más producto del actual presidente o financiadas con su misma bolsa, lo cual incidió en la elección de los actuales diputados de la Asamblea Legislativa, pues todo se maquinó desde el enunciado “Vota por la N. La N de Nayib”; entendiéndose que, con una Asamblea dispuesta y sin oposición, todos los proyectos soñados se volverían realidad.

Todo lo anterior, conduce al segundo problema, lo cual podría verse un poco más grave en comparación con el efecto del marketing digital durante campañas electorales, y esto es, los medios digitales y las redes sociales como una estrategia para el mantenimiento del poder político en El Salvador.

Las redes sociales se han convertido en una proyección de lo que El Salvador, quisiera lograr hacer; se vende como lo que actualmente está sucediendo, pero realmente poco se nota de El Salvador de Facebook y Twitter en la realidad. Al presidente Nayib Bukele, no le bastó el tremendo control que tiene sobre las redes sociales y los medios digitales en general, a través de youtubers, bloggers, twitteros o influencers en general, sino que quiso ampliar su horizonte hacia los medios tradicionales, a fin que todos aquellos que se sientan excluidos por la era digital, puedan conocer la “verdadera realidad” proyectada por el Gobierno de turno. Nace así El Diario Nacional, S.A. con el fin de cubrir la necesidad de abarcar la prensa escrita, dicha sociedad son los encargados de la elaboración y diagramación del Diario El Salvador,<sup>18</sup> el cual también lanza su versión digital, a través del sitio web [Diario El Salvador](http://www.diarioelsalvador.com). Y con la finalidad de mantenerse al mismo nivel que todos a los que considera sus enemigos,

---

de El Salvador (2018-2019)” *Comunicación y medios*, Vol. 30, n.43. (2021) <http://orcid.org/0000-0002-7686-9971>

<sup>18</sup> Jessica Ávalos, “El Oficialista Diario El Salvador nace como sociedad anónima ligada a CEL y sin controles públicos” *FACTum*, (19 de octubre de 2020). [El oficialista Diario El Salvador nace como sociedad anónima ligada a CEL y sin controles públicos - Revista Factum](http://www.factum.com/El-oficialista-Diario-El-Salvador-nace-como-sociedad-anonima-ligada-a-CEL-y-sin-controles-p%C3%BAblicos-Revista-Factum)

se renombra el noticiero del canal 10, como *Noticiero El Salvador*; a fin de unir esfuerzos y centralizar el aparato mediático del que el Gobierno es dueño, para tener un solo lineamiento y seguir una sola dirección: enaltecer el actuar gubernamental. Es así como los medios de comunicación, sean digitales o tradicionales, que responden a las necesidades del Gobierno, son llamados por la misma Secretaría de Comunicaciones de la Presidencia como el *Nuevo Sistema nacional de medios públicos*.<sup>19</sup>

Entonces ¿cómo ayuda esto al mantenimiento del poder político? A través de la manipulación de las masas. Hay algo llamado *Efecto Bandwagon*, conocido también como el efecto arrastre, el cual fue descubierto como resultado de la observación de un proceso electoral en Estados Unidos, donde los tres investigadores electorales, P.F. Lazarsfeld, B. Berelson y H. Gaudet, observaron que: en una votación, las personas tienden a seguir el comportamiento de una presunta mayoría si las encuestas ya han pronosticado un ganador.<sup>20</sup> Es así, como a manera general, se entiende que el efecto describe la tendencia que tienen las personas a seguir una idea sin detenerse a tomar en cuenta sus propias opiniones, sino que se ve influenciado por la idea que a quien está siguiendo representa el lado ganador de la historia; es decir, lo convierte en un seguidor. Entonces, El Salvador, está experimentando de una manera enorme y a nivel nacional el explicado efecto arrastre, es decir, se han empeñado tanto en hacer creer a la ciudadanía que quien apoya al actual presidente representa el 97% de la población salvadoreña, que parece más un mantra que un dato real. Esta es una publicación recurrente en los medios nacionales, pues busca que los ciudadanos posicionen a Nayib Bukele como “el lado ganador” y así lo apoyen para que no se sientan en un camino diferente que la supuesta mayoría. En ese mismo camino, está orientada toda la propaganda gubernamental en la que se gasta, en todos aquellos fotógrafos, creadores de contenido y luces led para embellecer determinado ambiente: A lograr que los votantes puedan identificar ese “lado ganador” y se arrastren a sí mismos a él, convirtiendo el apoyo mostrado en encuestas en un apoyo real y tangible de cierta parte de la sociedad.

---

<sup>19</sup> *Ibíd.*

<sup>20</sup> “El efecto Bandwagon en marketing” Digital Guide IONOS, 14 de septiembre de 2020. [El efecto bandwagon en el marketing: qué es y cómo se aplica - IONOS](#)

La propaganda gubernamental actual ha logrado incluso que personas que viven en el exterior formen una idea del país que se tiene actualmente, lo cual ha sido una estrategia bien implementada para el siguiente paso que ya está próximo a manifestarse, es decir, *el voto en el exterior*. Como se mencionó anteriormente en el texto de este ensayo, todo el aparataje estatal pareciera que siempre está en continua campaña política, no desde el punto de vista realmente importante donde se mantienen en continuo apoyo al pueblo, o se desarrollan en el territorio y en las comunidades, sino desde el punto de vista de la estrategia, la comunicación política y el discurso que se mantiene en redes sociales; y ahora, que probablemente sienten una pérdida del apoyo proporcionado por buena parte de la población apuntan a otro público, el salvadoreño que vive en el exterior; quien bajo el discurso de garantizarles un derecho político ha orientado miles de dólares en campaña gubernamental para asegurar su próxima y anunciada reelección.

## **CONCLUSIÓN.**

Los medios digitales y las redes sociales, como parte de este mundo digital, ha representado una gran oportunidad para cambiar la forma tradicional de hacer política; cambiaron las estrategias de comunicación, se implementaron nuevas técnicas de elaboración de campañas políticas y se transformó de un ámbito tradicional, en papel o por medios de radiodifusión a un entorno digital. No se puede afirmar que el manejo de los medios digitales de comunicación es suficiente para ganar unas elecciones, pero si representa una parte fundamental para ganar terreno en estas, pues actualmente, la mayoría de personas están conectadas de una manera u otra a la red, y gracias a la inmediatez de la información, el mensaje puede ser distribuido con mayor facilidad y dirección.

Uno de los problemas que enfrenta El Salvador es que es un país con un amplio espectro de vulnerabilidad en cuanto a la identificación de la información, debido a que su población esta tan dañada por los partidos tradicionales, por los robos y saqueos del pasado, que la mayoría cree cierto casi todo lo proclamado por alguien que le parezca que esta con el pueblo. Y es el caso de lo que actualmente sucede con el Presidente Nayib Bukele, debido a que si el

manifiesta que una información publicada por alguna revista digital como *El Faro*, es falsa; sus seguidores (y su agencia de publicidad) reproduce que se trata de información falsa y la mayoría de los ciudadanos, termina por creerlo y defenderlo, sin tener más prueba que un tweet afirmando que la información es falsa. Claro, esto se ve maximizado por el ya mencionado efecto burbuja, pues si alguien sigue solamente paginas afines al Gobierno, la red social continuará mostrando solamente ese tipo de contenido, sin importar que esta sea verdadera o no, ocultando de ellos publicaciones como las de estas revistas que, para efectos del algoritmo de la red social, es muy probable que deseché sin siquiera haber terminado de leer el título.

A través de los años, se ha manifestado la verdadera forma en la que el actual gobierno planea mantener el poder político que ostenta actualmente, es decir, a través de la proyección en redes sociales y medios digitales que todo está de maravilla en El Salvador con la finalidad de ganar seguidores que sigan impulsando ciegamente el movimiento que se ha comenzado. La verdadera interrogante ahora es ¿cómo se logrará frenar esta avalancha de acciones que comenzaron un poco antes del año 2019 y que sorprendentemente han logrado mantenerse hasta el día de hoy? Es complicado descubrir la respuesta, debido a que actualmente mucha parte de la población sigue creyente y expectante de las actuaciones del actual gobierno, están comprometidos como seguidores y confían casi plenamente en el actuar estatal, que si se intentara una campaña de concientización sobre la identificación de noticias falsas, por ejemplo, proclamarían que es un intento por desvirtuar al actual presidente y terminaría no surtiendo el efecto esperado.

Claro, la opacidad con la que se manejan las redes sociales gubernamentales es preocupante, pues sigue influyendo en la opinión de las personas que no logran dar seguimiento a las promesas que ahí se realizan; pues se podrían mencionar muchas promesas de gobierno que fueron anunciadas a través de tweets pero que actualmente sigue sin haber nada concreto que muestre verdaderos resultados.

En un contexto independiente y libre, se propondría la diversificación de los medios de comunicación, a modo de evitar el común monopolio ejercido hasta ahora por medios

tradicionales y digitales que hacen uso de la misma línea editorial; la promoción de campañas que logren educar a la población con acceso a redes y más vulnerable en caer en noticias falsas; concientizar a los usuarios de las redes sociales sobre el efecto del filtro burbuja y como evitar que su opinión se vea sesgada por el mismo y finalmente, realizar un seguimiento estricto de las promesas de gobierno versus su realización o materialización, a fin de no caer en manipulaciones o propaganda gubernamental planeada específicamente para ello.

Por lo pronto, en el actual contexto, con el gobierno de Bukele -y su estilo de gobernar con nula vocación por el diálogo, la pluralidad y la inclusión- el sueño de los medios libres o de medios públicos autónomos parece aún más lejano de lo que parecía en años anteriores, además por la existencia de un vacío legal enorme, no solo en la legislación, sino que a nivel jurisprudencial se vuelve difícil combatir esta nueva forma de hacer política, por lo que, El Salvador efectivamente se encuentra en una crisis política, de información y veracidad.

## **BIBLIOGRAFÍA.**

“Actor Político” Diccionario electoral, acceso el 30 de septiembre de 2022, [Diccionario Electoral 2006 CD \(inep.org\)](#)

Alvarado, Fernando; González, Xiomara y Ruíz, Francesca. “Los medios de comunicación social salvadoreño y su afinidad ideológica política, como herramienta para incidir en la población durante periodos electorarios”. Tesis de Licenciatura. Universidad Tecnológica de El Salvador, 2003. [941000517.pdf \(utec.edu.sv\)](#)

Alvarado Salas, Violeta. “Manipulación de la información en la era digital de las comunicaciones: ¿A qué se enfrentan los gobiernos latinoamericanos? El caso chileno.” Ponencia dictada en el X Congreso Latinoamericano de Ciencia Política, 31 de julio de 2019. [143-alvarado-19.pdf \(alacip.org\)](#)

Ávalos, Jessica. “El Oficialista Diario El Salvador nace como sociedad anónima ligada a CEL y sin controles públicos”, *FACTum* (19 de octubre de 2020). [El oficialista Diario El Salvador nace como sociedad anónima ligada a CEL y sin controles públicos - Revista](#)

## Factum

Brito, Marcela, “Las redes sociales y la idea de la actividad política actual en El Salvador”, *Noticias UCA* (6 de noviembre de 2020). <https://noticias.uca.edu.sv/articulos/las-redes-sociales-y-la-idea-de-actividad-politica-actual-en-el-salvador>

Cabral Vargas, Brenda. “Manipulación de la información en medios de comunicación digitales e impresos” en *Verdad y Falsedad de la Información*. Ciudad de México: Universidad Autónoma de México, 2019. 145-165. [L223\\_Cap7.pdf \(unam.mx\)](#)

Cristancho Cuesta, Andrea, y Ricardo Iglesias. "El Salvador, sistema de medios y calidad de la democracia.". En *Comunicación, Información y Poder en El Salvador: Claves para la Democratización*. San Salvador: Fundación Comunicándonos, 2013. 23-44. [Comunicación Información y Poder en El salvador by IMU "Sabias y Organizadas" - Issuu](#)

Driencourt, Jacques. *La Propaganda: La nueva fuerza política*. Buenos Aires: Editorial Huemul, 1964.

D'Adamo, Orlando y Virginia García Beaudoux, “Propaganda Gubernamental: Una propuesta de clasificación de sus etapas”, *Politai, Revista de Ciencia Política, Vol. 2, n.3*. (2011) [Propaganda gubernamental: una propuesta de clasificación de sus etapas | Politai \(pucp.edu.pe\)](#)

“El efecto Bandwagon en marketing” Digital Guide IONOS, 14 de septiembre de 2020. [El efecto bandwagon en el marketing: qué es y cómo se aplica - IONOS](#)

Hernández, María Irma. “Comunicación Política en Redes Sociales. Caso: Páginas en Facebook y Twitter de Norman Quijano, Oscar Ortiz y Will Salgado como candidatos a Alcaldes durante la campaña electoral 2012 en El Salvador” Tesis de maestría, Universidad Centroamericana José Simeón Cañas, 2013. [Comunicación política en redes sociales \(uca.edu.sv\)](#)

Illades, Esteban. *Fake News: La nueva realidad*. Ciudad de México: Grijalbo, 2018.

“#InformateParaElegir: Campaña contra la desinformación en redes sociales” Defensoría del Pueblo, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 01 de agosto de 2021. [#InformateParaElegir: campaña contra la desinformación en redes sociales - Defensoría del Pueblo CABA \(defensoria.org.ar\)](https://defensoria.org.ar/campa%C3%B1a-contrala-desinformaci%C3%B3n-en-redes-sociales)

Kitzberger, Philip. "Giro a la Izquierda, populismo y activismo gubernamental en la esfera pública mediática en América Latina". En *Poder Político y Medios de Comunicación: De la representación política al Reality Show*. Buenos Aires: Siglo XXI Editorial Iberoamericana, S.A., 2010. 61-100.  [\(1\) Poder político y medios de comunicación: de la representación política al reality show | Bernardo Sorj - Academia.edu](https://www.academia.edu/11111111/1_Poder_pol%C3%ADtico_y_medios_de_comunicaci%C3%B3n_de_la_representaci%C3%B3n_pol%C3%ADtica_al_reality_show)

“La importancia de la presencia digital en las campañas electorales” *IMF Blog de Marketing*, 22 de mayo de 2021. [La importancia de la presencia digital en las campañas electorales \(imfformacion.com\)](https://imfformacion.com/la-importancia-de-la-presencia-digital-en-las-campa%C3%B1as-electorales)

“Medios digitales: guía práctica para sacarles el mejor provecho” UNIR La Universidad en Internet, acceso el 05 de octubre de 2022. [Medios digitales: Guía práctica \(unir.net\)](https://www.unir.net/medios-digitales-guia-practica)

Paredes, Alfredo, “Apogeo de los impactos de medios digitales y transición política”, *Revista Forbes* (07 de marzo de 2019). <https://www.forbes.com.mx/apogeo-de-medios-digitales-y-transicion-politica/>.

Orantes Rivera, Elsy Tatiana. “El dispositivo de la propaganda en las redes sociales de la campaña presidencial de El Salvador (2018-2019)” *Comunicación y medios*, Vol. 30, n.43. (2021) [http://orcid.org/0000-0002-7686-9971](https://orcid.org/0000-0002-7686-9971)

Ruiz, Fernando. "Fronteras Móviles: Caos y control en la relación entre medios y políticos en América Latina". En *Poder Político y Medios de Comunicación: De La Representación*

*Política al Reality Show*. Buenos Aires: Siglo XXI Editorial Iberoamericana, S.A., 2010. 17-60 (1) [Poder político y medios de comunicación: de la representación política al reality show](#) | [Bernardo Sorj - Academia.edu](#)

Villafranco Robles, Citlali. "El Papel De Los Medios De Comunicación En Las Democracias". *Andamios: Revista de Investigación Social*, Vol.2, n.3 (2005), [Redalyc.El papel de los medios de comunicación en las democracias](#).

Vlaicu, Razvan "¿Las redes sociales están transformando las elecciones en América Latina?", Banco Interamericano de Desarrollo, 03 de noviembre de 2021. <https://blogs.iadb.org/ideas-que-cuentan/es/las-redes-sociales-estan-transformando-las-elecciones-en-america-latina/>