

**LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y
Humanidades, Asunción, Paraguay**

ISSN en línea: 2789-3855, 2026

Estrategias de comunicación política digital y confianza ciudadana en el liderazgo de una concejala de Tena

Digital political communication strategies and citizen trust in the
leadership of a councilor in Tena

Jair Mariño Sánchez

jair.marino@unl.edu.ec

<https://orcid.org/0009-0006-3837-2637>

Universidad Nacional de Loja

Loja – Ecuador

Diego Armando Paladínez Aponte

diego.paladinez@unl.edu.ec

<https://orcid.org/0009-0003-5947-9618>

Universidad Nacional de Loja

Loja – Ecuador

DOI: <https://doi.org/10.56712/latam.v7i2.5929>

Artículo recibido: 13 de enero de 2026.

Aceptado para publicación: 22 de mayo de 2026.

Conflictos de Interés: Ninguno que declarar.


Redilat
Red de Investigadores
Latinoamericanos


Revista Latinoamericana de
Ciencias Sociales y Humanidades

VOLUMEN VII

DOI: <https://doi.org/10.56712/latam.v7i2.5929>

Estrategias de comunicación política digital y confianza ciudadana en el liderazgo de una concejala de Tena

Digital political communication strategies and citizen trust in the leadership of a councilor in Tena

Jair Mariño Sánchez

jair.marino@unl.edu.ec

<https://orcid.org/0009-0006-3837-2637>

Universidad Nacional de Loja

Loja – Ecuador

Diego Armando Paladínez Aponte

diego.paladinez@unl.edu.ec

<https://orcid.org/0009-0003-5947-9618>

Universidad Nacional de Loja

Loja – Ecuador

Artículo recibido: 13 de enero de 2026. Aceptado para publicación: 22 de mayo de 2026.
Conflictos de Interés: Ninguno que declarar.

Resumen

La presente investigación analizó las estrategias de comunicación política digital de una concejala y las percepciones ciudadanas sobre confianza y liderazgo local en el cantón Tena. Se desarrolló un estudio de enfoque mixto, alcance descriptivo-exploratorio, diseño no experimental y corte transversal. Para la recolección de información se aplicó una encuesta a 362 ciudadanos, complementada con análisis de contenido de publicaciones en Facebook y TikTok y entrevistas semiestructuradas a informantes clave. Los resultados descriptivos evidencian valoraciones altas en claridad del mensaje, autenticidad del tono, credibilidad de la información y percepción de liderazgo firme. En contraste, los indicadores relacionados con el cumplimiento de promesas, la orientación al bien común y la capacidad técnica presentaron valoraciones comparativamente menores. Se concluye que la comunicación política digital contribuye a fortalecer la visibilidad, cercanía y liderazgo percibido de la autoridad local analizada; sin embargo, persisten desafíos para convertir esa exposición en una confianza política más sólida y sostenida en el ámbito local.


Palabras clave: comunicación política digital, confianza ciudadana, liderazgo local, liderazgo femenino, redes

Abstract

This study analyzed the digital political communication strategies of a councilor and citizens' perceptions of trust and local leadership in the canton of Tena. A mixed-method, descriptive-exploratory, non-experimental, cross-sectional design was used. Data were collected through a survey of 362 citizens, complemented by content analysis of Facebook and TikTok posts and semi-structured interviews with key informants. Descriptive findings show high ratings for message clarity, authenticity of tone, credibility of information, and the perception of strong leadership. In contrast, indicators related to the fulfillment of promises, orientation toward the common good, and technical capacity received comparatively lower ratings. The study concludes that digital political communication

contributes to strengthening the visibility, closeness, and perceived leadership of the local authority analyzed; however, challenges remain in transforming that exposure into stronger and more sustained political trust at the local level.

Keywords: digital political communication, citizen trust, local leadership, women's leadership, social media

Todo el contenido de LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades, publicado en este sitio está disponibles bajo Licencia Creative Commons. 

Cómo citar: Mariño Sánchez, J., & Paladínez Aponte, D. A. (2026). Estrategias de comunicación política digital y confianza ciudadana en el liderazgo de una concejala de Tena. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades* 7 (2), 3335 – 3350.
<https://doi.org/10.56712/latam.v7i2.5929>

INTRODUCCIÓN

La comunicación política digital se ha consolidado como un componente estratégico en la construcción de legitimidad, reputación y liderazgo en los gobiernos locales. En contextos democráticos contemporáneos, la ciudadanía no solo evalúa a sus autoridades por sus decisiones y resultados de gestión, sino también por la forma en que comunican sus acciones en el espacio público digital. En este sentido, las redes sociales se han convertido en escenarios centrales para la visibilidad política, la rendición de cuentas y la interacción con la ciudadanía. Diversos estudios han mostrado que la exposición a contenidos políticos en plataformas digitales influye en la confianza ciudadana, la credibilidad y la atribución de liderazgo, especialmente cuando los mensajes proyectan coherencia, transparencia y capacidad de respuesta (Peña-Rosell y Libaque-Saenz, 2025; Valenzuela et al., 2012).

Este escenario presenta desafíos particulares para las mujeres en política. La literatura reciente advierte que los liderazgos femeninos enfrentan mayores niveles de escrutinio, desinformación, estereotipos de género y violencia digital, factores que pueden afectar tanto su imagen pública como la percepción ciudadana sobre su capacidad de liderazgo (ONU Mujeres, 2022; Krook, 2018). En consecuencia, la comunicación política digital no solo cumple una función informativa, sino también simbólica y relacional, pues puede fortalecer o debilitar la confianza pública según el tipo de narrativa, la cercanía proyectada y la consistencia entre discurso y acción.

En Ecuador, el uso intensivo de plataformas como Facebook y TikTok por parte de autoridades locales ha ampliado las posibilidades de interacción directa con la ciudadanía, pero no necesariamente se ha traducido en mayores niveles de confianza política. En el cantón Tena, mantiene una presencia activa en redes sociales para visibilizar su trabajo, posicionar temas públicos y construir cercanía con la población. No obstante, este liderazgo también se desenvuelve en un entorno digital marcado por ataques, desinformación y disputas simbólicas que pueden incidir en la percepción ciudadana de su gestión. Aunque existen investigaciones sobre comunicación política digital e imagen pública, persiste un vacío en torno al establecer la relación entre estrategias de comunicación digital de liderazgos políticos femeninos locales y confianza ciudadana en contextos de proximidad comunitaria (Sullivan, 2021).

La presente investigación tuvo como objetivo analizar las estrategias de comunicación política digital de la concejala estudiada y describir las percepciones de confianza ciudadana, las percepciones de confianza ciudadana en su liderazgo dentro del cantón Tena. De manera específica, se buscó caracterizar las plataformas y contenidos predominantes en su gestión digital, identificar los niveles de credibilidad y cercanía percibidos por los habitantes, y explorar las dinámicas de escrutinio público desde una perspectiva cualitativa.

El estudio se justifica por la necesidad de documentar las dinámicas de comunicación local en entornos amazónicos, aportando un análisis descriptivo-exploratorio que sirva como línea base para futuras investigaciones sobre el uso de redes sociales institucionalizadas y la opinión pública en gobiernos municipales intermedios.

METODOLOGÍA

Diseño de investigación

Se desarrolló un estudio de enfoque mixto, con un alcance descriptivo-exploratorio, diseño no experimental y de corte transversal. Al definirse bajo un alcance descriptivo-exploratorio, la investigación se orientó a satisfacer los objetivos de caracterizar, registrar y detallar de forma independiente los componentes de las estrategias de comunicación digital, así como los indicadores

de confianza ciudadana y atributos de liderazgo de la concejala estudiada, sin la aplicación de pruebas estadísticas de correlación o causalidad entre variables. El componente cualitativo permitió explorar de manera profunda el discurso y el escrutinio público, otorgando un marco comprensivo a los datos cuantitativos recolectados.

Figura 1

Ubicación del estudio



Fuente: Wikipedia, 2025.

Población y muestra

La población de estudio estuvo conformada por ciudadanos y ciudadanas del cantón Tena, provincia de Napo, con edades comprendidas entre 18 y 60 años. Este grupo poblacional representa aproximadamente 62 mil habitantes y fue considerado pertinente debido a que se encuentra expuesto de manera directa a las estrategias de comunicación política digital difundidas por autoridades locales a través de redes sociales, lo que les permite construir percepciones sobre confianza ciudadana, credibilidad y atribución de liderazgo en el contexto político local.

Para efectos del artículo, se trabajó con una muestra de 362 ciudadanos encuestados, cifra que corresponde al total válido reportado en los resultados del estudio. La selección de participantes se realizó considerando distintos sectores del cantón Tena y procurando diversidad etaria y territorial entre los encuestados. La aplicación de los cuestionarios se desarrolló de manera presencial y voluntaria en espacios públicos y zonas de circulación ciudadana.

Debido a la naturaleza del estudio y al carácter voluntario de participación, no puede descartarse completamente la presencia de sesgos asociados a ciudadanos con mayor nivel de exposición, interés o afinidad hacia la figura política analizada. En este sentido, los resultados deben interpretarse considerando dicha limitación metodológica, especialmente en aquellos indicadores que presentan valoraciones elevadas.

En complemento, se incorporó un componente cualitativo basado en un muestreo intencional. Este se orientó a la selección de informantes clave con conocimiento directo del fenómeno estudiado. En este grupo se incluyó a la concejala estudiada, integrantes de su equipo de comunicación, expertos en comunicación política y actores del ámbito periodístico local. La finalidad de esta selección fue profundizar en la planificación estratégica de la comunicación digital, la construcción del discurso

político, la percepción del liderazgo femenino y las dinámicas de interacción entre la autoridad y la ciudadanía en entornos digitales.

Procedimiento

El procedimiento de la investigación se desarrolló en varias fases. En una primera etapa se realizó la revisión bibliográfica y documental, con el fin de delimitar el problema de investigación, establecer las variables de estudio y definir las categorías analíticas vinculadas con la comunicación política digital, la confianza ciudadana y la atribución de liderazgo.

Se efectuó la delimitación del corpus digital de análisis, correspondiente a las publicaciones difundidas en las cuentas de Facebook y TikTok de la concejala estudiada, así como la definición de la población y la muestra para la aplicación del cuestionario dirigido a la ciudadanía del cantón Tena.

En la fase de trabajo de campo se aplicaron los instrumentos previstos en el diseño metodológico. En el componente cuantitativo, se administró la encuesta a 362 ciudadanos. En el componente cualitativo, se levantó la matriz de análisis de contenido de las publicaciones digitales y se realizaron entrevistas semiestructuradas a informantes clave vinculados con la estrategia de comunicación y con el contexto político local.

La información recopilada fue organizada, sistematizada e interpretada para describir las estrategias comunicacionales, las percepciones ciudadanas y los hallazgos cualitativos del fenómeno estudiado. Este proceso permitió contrastar los resultados obtenidos en la encuesta con los hallazgos del análisis de contenido y de las entrevistas, fortaleciendo la comprensión integral del fenómeno analizado.

Análisis de datos

El tratamiento de los datos se desarrolló mediante un proceso de codificación, tabulación, organización e interpretación de la información obtenida a través de los instrumentos aplicados. Esta fase permitió estructurar los datos recolectados en función de las variables de estudio y de los objetivos planteados, integrando tanto el componente cuantitativo como el cualitativo dentro de una lógica de análisis coherente con el enfoque mixto y el alcance descriptivo-exploratorio de la investigación (Hernández-Sampieri et al., 2018).

En el componente cuantitativo, la información obtenida mediante la encuesta aplicada a 362 ciudadanos del cantón Tena fue sistematizada para su procesamiento estadístico. En una primera etapa, los datos fueron organizados y depurados con el fin de asegurar consistencia en los registros y facilitar su posterior análisis. A partir de ello, se aplicaron técnicas de estadística descriptiva para identificar tendencias generales en las percepciones ciudadanas respecto a la claridad del mensaje, la relevancia de los contenidos difundidos, la autenticidad del discurso, la credibilidad de la información, la percepción de liderazgo, la representación política y la confianza ciudadana. Para este propósito se calcularon medidas de tendencia central y de dispersión, especialmente medias y desviaciones estándar, lo que permitió describir el comportamiento de cada uno de los ítems evaluados en la escala Likert de cinco puntos (Hernández-Sampieri et al., 2018).

Para el procesamiento de la información cuantitativa se contempló el uso de herramientas de apoyo informático orientadas al análisis estadístico y a la presentación de resultados. En este sentido, la elaboración de tablas y gráficos de resumen se planteó mediante Microsoft Excel, mientras que el procesamiento y organización analítica de los resultados estadísticos se vinculó al uso de software especializado, específicamente SPSS, con la necesidad de organizar y presentar los resultados estadísticos descriptivos.

En el componente cualitativo, la información obtenida mediante el análisis de contenido fue organizada a partir de categorías previamente definidas en la matriz de observación, entre ellas la frecuencia de publicación, el tipo de formato utilizado, los temas abordados, el tono emocional, el encuadre discursivo y los atributos de liderazgo proyectados en las plataformas Facebook y TikTok. Este procedimiento permitió identificar patrones de comunicación política digital, diferencias entre ambas redes sociales y formas de construcción simbólica del liderazgo femenino en el contexto local. De igual manera, la información procedente de las entrevistas semiestructuradas fue analizada de manera interpretativa, priorizando los criterios emitidos por los informantes clave sobre planificación estratégica, adaptación del mensaje según la plataforma, interacción con la ciudadanía, manejo de comentarios críticos y percepción del liderazgo de la concejala. Estos resultados cualitativos fueron empleados como recurso de triangulación, con el fin de contrastar, complementar y enriquecer los hallazgos obtenidos en la encuesta y en el análisis de contenido (Creswell y Creswell, 2018).

Los resultados fueron presentados mediante tablas, gráficos y descripciones analíticas, favoreciendo una lectura ordenada de los hallazgos y su articulación con los objetivos de la investigación. La integración de evidencia cuantitativa y cualitativa permitió construir una interpretación más amplia del fenómeno estudiado, considerando las estrategias de comunicación política digital, la confianza ciudadana y la atribución de liderazgo en el cantón Tena (Hernández-Sampieri et al., 2018; Creswell y Creswell, 2018).

RESULTADOS

Resultados Cuantitativos

Percepción ciudadana sobre la comunicación política digital

La encuesta aplicada a 362 ciudadanos del cantón Tena permitió describir la valoración que la población otorga a la comunicación política digital desarrollada por una concejala. En términos generales, los resultados muestran una percepción favorable de su presencia en redes sociales, especialmente en aspectos relacionados con la claridad del mensaje, la autenticidad del discurso, la credibilidad de la información y la proyección de liderazgo.

Uno de los hallazgos más relevantes corresponde a la percepción de liderazgo. El ítem referido a que la concejala proyecta una imagen de liderazgo firme y decidido obtuvo la valoración promedio más alta del cuestionario, con 4,89 puntos y una desviación estándar de 0,543. De manera similar, el tono utilizado en sus videos fue valorado como auténtico y sincero, con un promedio de 4,88 y una desviación estándar de 0,534, mientras que la confianza en la veracidad de la información publicada en redes sociales alcanzó un promedio de 4,87 y una desviación estándar de 0,577. Estos resultados evidencian que la ciudadanía encuestada percibe atributos percibidos asociados, con firmeza, credibilidad y cercanía.

Otros indicadores también presentan valoraciones favorables. La claridad y facilidad de comprensión de los mensajes obtuvo un promedio de 4,33 puntos, con una desviación estándar de 0,658. En igual nivel se ubicó la percepción sobre la importancia de los temas abordados en sus redes sociales para los problemas reales de Tena, también con un promedio de 4,33 y una desviación estándar de 0,665. A ello se suma la percepción de atención a los comentarios ciudadanos, con un promedio de 4,32 y una desviación estándar de 0,708. De igual forma, el sentimiento de representación política alcanzó un promedio de 4,33 y una desviación estándar de 0,701. En conjunto, estos datos describen una valoración positiva de la comunicación digital en términos de comprensión, cercanía y vínculo con el contexto local.

No obstante, los resultados también muestran valoraciones comparativamente menores en algunos aspectos. El cumplimiento de promesas o planes anunciados en los videos registró un promedio de 3,78 puntos y una desviación estándar de 1,030. Por su parte, la percepción de que la concejala actúa pensando en el beneficio de la comunidad antes que en intereses personales obtuvo un promedio de 3,85 y una desviación estándar de 1,044. En la misma línea, la valoración sobre su capacidad técnica y conocimiento para resolver los problemas de Tena alcanzó un promedio de 3,85 y una desviación estándar de 0,986. Aunque estos valores se mantienen dentro de una tendencia favorable, reflejan una percepción menos sólida en dimensiones relacionadas con gestión, cumplimiento y capacidad técnica.

En este sentido, los hallazgos permiten identificar una diferencia entre la valoración positiva de la comunicación digital y la consolidación de una confianza política más profunda. Mientras la ciudadanía encuestada reconoce atributos comunicacionales favorables, como liderazgo, autenticidad y credibilidad, las puntuaciones más moderadas en torno al cumplimiento, la orientación al bien común y la capacidad técnica sugieren que la confianza ciudadana no depende únicamente de la presencia en redes sociales, sino también de la percepción sobre la gestión y sus resultados concretos.

En términos generales, esta aproximación descriptiva permite señalar que la comunicación política digital de la concejala estudiada es evaluada favorablemente por la ciudadanía encuestada del cantón Tena, sobre todo en su capacidad para proyectar una imagen cercana, creíble y con liderazgo. Sin embargo, los resultados también evidencian que la consolidación de una confianza política más consistente requiere que esa valoración positiva de la comunicación esté acompañada por percepciones igualmente sólidas sobre desempeño, cumplimiento y capacidad de respuesta frente a las necesidades del territorio.

Tabla 1

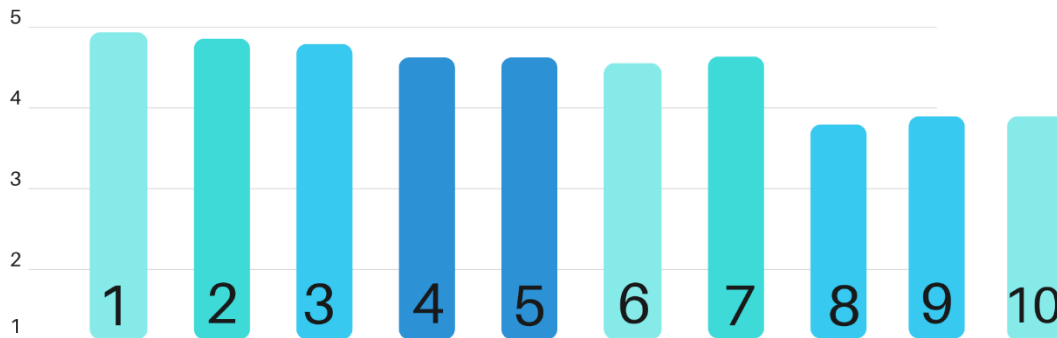
Valoración ciudadana de la comunicación política digital de la concejala de Tena

Indicador	Promedio	Desviación estándar
1. Liderazgo firme y decidido	4,89	0,543
2. Tono auténtico y sincero	4,88	0,534
3. Confianza en la veracidad de la información	4,87	0,577
4. Claridad de los mensajes	4,33	0,658
5. Relevancia de los temas abordados	4,33	0,665
6. Atención a comentarios ciudadanos	4,32	0,708
7. Representación política percibida	4,33	0,701
8. Cumplimiento de promesas o planes	3,78	1,030
9. Beneficio de la comunidad sobre intereses personales	3,85	1,044
10. Capacidad técnica para resolver problemas	3,85	0,986

Fuente: elaboración propia con base en la encuesta aplicada a 362 ciudadanos del cantón Tena.

Gráfico 2

Promedios de valoración ciudadana sobre la comunicación política digital de la concejala de Tena



Fuente: elaboración propia.

Análisis de contenido en Facebook y TikTok

El análisis de contenido de las plataformas Facebook y TikTok permitió identificar diferencias en la lógica comunicacional empleada por la concejala en cada red social. En términos generales, los resultados muestran que ambas plataformas cumplen funciones distintas dentro de su estrategia digital: Facebook se orienta hacia una comunicación más institucional y vinculada con la gestión pública, mientras que TikTok prioriza una narrativa más cercana, cotidiana y coloquial.

En Facebook se registraron 141.942 visualizaciones durante el año 2025, además de 2.760 reacciones, 26 comentarios, 809 compartidos, 116 publicaciones fotográficas y 29 videos. De acuerdo con el análisis realizado en el documento base, esta red se caracteriza por difundir contenidos relacionados principalmente con obras, acciones de fiscalización y actividades de carácter institucional. Esta orientación permite observar que Facebook funciona como una plataforma de proyección más formal, donde la concejala posiciona su trabajo público, su presencia en territorio y su rol de vigilancia política dentro del gobierno local.

Desde el punto de vista técnico, el análisis reporta que aproximadamente el 35 % de los videos publicados en Facebook presenta una calidad semiprofesional, con mejores condiciones de cámara, sonido y edición. En contraste, el resto del material fue grabado con teléfono celular y muestra un nivel de edición más básico. Esta diferencia sugiere una estrategia híbrida de producción, en la que ciertos contenidos reciben un tratamiento audiovisual más elaborado, especialmente cuando buscan reforzar una imagen institucional, mientras que otros se mantienen en formatos más espontáneos y funcionales.

En TikTok, por su parte, se registraron 149 mil visualizaciones, 4.931 reacciones, 321 comentarios, 189 compartidos y 456 publicaciones durante el mismo periodo. A diferencia de Facebook, esta plataforma muestra una frecuencia de publicación considerablemente mayor y una orientación narrativa distinta. Según el análisis realizado, en TikTok predominan contenidos vinculados con la vida cotidiana de la concejala, su rol como madre y su presencia personal en escenarios menos formales. Cuando se abordan asuntos políticos, estos se expresan en un tono más coloquial, directo y menos institucionalizado.

En el plano técnico, el documento señala que los videos de TikTok fueron producidos íntegramente con teléfono celular, con calidad intermedia de imagen y sonido, escasa edición y una lógica de publicación

más inmediata. En este sentido, TikTok aparece como un espacio donde la espontaneidad y la cercanía predominan sobre el nivel de producción audiovisual. Esta característica contribuye a una imagen percibida como más cercana y accesible de la concejala, diferenciándola del perfil más formal proyectado en Facebook.

La comparación entre ambas plataformas permite advertir que la estrategia de comunicación política digital no es uniforme, sino adaptada a las particularidades de cada red social. Mientras Facebook se configura como un espacio de visibilización institucional y posicionamiento del trabajo de gestión, TikTok funciona como una plataforma de proximidad simbólica, en la que se fortalece una narrativa más personal y emocional. Esta diferenciación sugiere que la comunicación digital de la concejala articula dos dimensiones complementarias: una dimensión político-institucional orientada a la legitimación de su rol público y una dimensión relacional dirigida a reforzar cercanía con la ciudadanía.

En conjunto, los hallazgos del análisis de contenido muestran que la presencia digital de la concejala se construye a partir de una estrategia diferenciada según la plataforma, combinando contenidos de gestión, fiscalización y liderazgo con elementos de cercanía, cotidianidad y autenticidad. Esta dualidad constituye un rasgo central de su comunicación política digital y permite comprender cómo se articula la proyección de liderazgo con formas de interacción más próximas al entorno ciudadano

Tabla 2

Comparación del contenido publicado en Facebook y TikTok por la Concejala de Tena

Indicador	Facebook	TikTok
Visualizaciones	141.942	149.000
Reacciones	2.760	4.931
Comentarios	26	321
Compartidos	809	189
Número de publicaciones	145 (116 fotos y 29 videos)	456
Tipo de contenido predominante	Institucional, obras y fiscalización	Cotidiano, personal y coloquial
Calidad técnica predominante	Mixta: parte semiprofesional y parte básica	Intermedia, grabación con celular
Tono comunicacional	Formal e institucional	Cercano y espontáneo

Fuente: Elaboración propia con base en el análisis de contenido de las publicaciones en Facebook y TikTok de la autoridad local analizada.

Resultados Cualitativos

Hallazgos del equipo de comunicación

Las entrevistas realizadas al equipo de comunicación evidencian que la estrategia digital de la concejala no se apoya en un plan formal de comunicación estructurado como documento técnico. Sin embargo, sí existe una lógica de trabajo definida en la práctica, orientada a visibilizar su presencia en territorio, destacar su rol de fiscalización y mantener cercanía con la ciudadanía a través de redes sociales. Esto permite observar que la comunicación se construye de manera flexible, en función de la coyuntura política, de las actividades semanales y de los temas que adquieren relevancia en el contexto local.

Otro hallazgo importante es la diferenciación funcional entre plataformas. Según el equipo, Facebook se utiliza con un enfoque más informativo e institucional, dirigido a una audiencia que busca conocer

detalles de la gestión, las actividades públicas y los procesos de fiscalización. TikTok, en cambio, se concibe como un espacio más dinámico, breve y cercano, orientado a públicos más jóvenes y a formatos de rápida circulación. Esta distinción muestra que la estrategia digital adapta el tono y el tipo de contenido según las características de cada red social.

Asimismo, las entrevistas muestran que el equipo busca posicionar una imagen de la concejala asociada con cercanía, trabajo en territorio y escucha ciudadana. En este sentido, la construcción del mensaje no se limita a informar actividades, sino que intenta proyectar una autoridad accesible, atenta a las necesidades de la población y comprometida con los problemas del cantón. Al mismo tiempo, se reconoce que no existe un protocolo formal para el manejo de comentarios negativos o de ataques digitales, sino criterios de respuesta que se aplican de manera situacional, diferenciando entre críticas respetuosas, comentarios ofensivos y cuentas orientadas a la confrontación.

En conjunto, este primer hallazgo permite afirmar que la comunicación digital de la concejala se sostiene en una estrategia práctica y adaptable, centrada en la cercanía y en la visibilización del trabajo público, aunque con limitaciones en términos de formalización estratégica y protocolos de gestión comunicacional.

Hallazgos desde la voz de la concejala

La entrevista realizada a la concejala de Tena permitió identificar los atributos que ella misma busca proyectar a través de su comunicación política digital. En su testimonio, el liderazgo se define a partir de tres rasgos centrales: cercanía, firmeza y compromiso. Desde esta perspectiva, la comunicación en redes sociales no se orienta únicamente a difundir actividades o posicionamientos públicos, sino también a construir una imagen de autoridad próxima a la ciudadanía, orientada a comunicar sus posturas y visibilizar su presencia en el territorio.

Otro hallazgo relevante es que la concejala concibe las redes sociales como un posible espacio de diálogo y no solo como un canal informativo. En su visión, la comunicación digital cumple una función de escucha y retroalimentación, en tanto permite conocer demandas ciudadanas, responder inquietudes y sostener un vínculo más directo con la población. permite interpretar que su estrategia digital combina visibilidad política con formas de interacción ciudadana, lo que contribuye a fortalecer una imagen de cercanía y apertura frente a la ciudadanía.

En el discurso de la concejala aparece con fuerza la intención de mostrar una identidad pública que articula su rol político con su dimensión humana y familiar. Según sus respuestas, la comunicación digital procura reflejar no solo firmeza en la toma de decisiones, sino también atributos personales como sensibilidad, autenticidad y conexión con la vida cotidiana de la población. En este sentido, la exposición de su lado humano se convierte en un recurso estratégico para reforzar empatía y proximidad con los públicos que siguen su actividad en redes sociales.

La entrevista muestra que la propia concejala reconoce la existencia de una evaluación diferenciada de su liderazgo por su condición de mujer. En su testimonio se advierte que las redes sociales amplifican comentarios y cuestionamientos que no siempre se concentran en su desempeño político, sino también en elementos personales y estereotipos de género. Este hallazgo revela que, desde su propia experiencia, la comunicación política digital no solo constituye una herramienta de posicionamiento, sino también un espacio donde se disputan simbólicamente la legitimidad, la autoridad y el reconocimiento de su liderazgo femenino.

Hallazgos de expertos y actores del contexto local

Las entrevistas realizadas a expertos en comunicación y a actores del contexto periodístico local permitieron incorporar una mirada externa sobre la comunicación política digital de la concejala. En términos generales, estos testimonios coinciden en que su presencia en redes sociales ha logrado posicionarla como una figura con presencia reconocible dentro del escenario político local, aunque todavía con desafíos en cuanto a planificación estratégica, consolidación de identidad visual y articulación entre imagen digital y gestión política.

Uno de los hallazgos más relevantes es que la comunicación digital de la concejala es percibida principalmente como una construcción de cercanía más que como una proyección plenamente institucional. Desde la perspectiva experta, su narrativa se asocia con la figura de una "autoridad percibida como cercana", caracterizada por la presencia constante en territorio, la exposición de acciones concretas y la interacción directa con la ciudadanía. Esta percepción adquiere relevancia en el contexto local, donde la proximidad con la población constituye un atributo valorado políticamente. No obstante, también se advierte que esta valoración favorable convive con limitaciones, en la consolidación de una línea gráfica y en la profesionalización sostenida de algunos contenidos audiovisuales.

La percepción de que existe una adaptación diferenciada del mensaje según la plataforma. Los entrevistados reconocen que Facebook presenta un tono más formal e institucional, mientras que TikTok favorece una comunicación más personal, espontánea y cotidiana. Esta diferenciación es interpretada de manera favorable por los entrevistados, en la medida en que evita la reproducción mecánica del mismo contenido en ambas redes y responde a públicos distintos. Sin embargo, también se señala la necesidad de fortalecer la creatividad narrativa, especialmente en TikTok, para mejorar el impacto comunicacional y aprovechar con mayor eficacia los códigos propios de esa plataforma.

Desde el ámbito periodístico surge además un hallazgo especialmente significativo: la imagen proyectada en redes sociales mantiene una coherencia parcial con el comportamiento político observado en el espacio institucional. Se reconoce que la concejala proyecta en plataformas digitales una figura cercana, activa y participativa, y que esa imagen encuentra correspondencia en parte de su actuación pública. No obstante, también se advierte que las redes sociales tienden a resaltar una versión más estratégica de su perfil político, lo que genera una percepción dual en la ciudadanía: mientras algunos sectores la identifican como un liderazgo percibido como accesible y confiable, otros la observan más como una figura mediática con alta exposición digital.

Las entrevistas también coinciden en que la visibilidad digital no siempre se traduce automáticamente en confianza política consolidada. Desde la mirada de los actores del contexto local, la ciudadanía reconoce la presencia y actividad de la concejala en redes, pero evalúa con mayor reserva aquellos aspectos vinculados con concreción de resultados, capacidad de gestión y respuesta ante problemas estructurales del cantón. En este sentido, los testimonios externos refuerzan la idea de que la comunicación digital fortalece reconocimiento público y posicionamiento simbólico, aunque la consolidación de confianza depende de la articulación entre mensaje, acción política y resultados percibidos.

Tanto expertos como actores periodísticos subrayan que el liderazgo femenino enfrenta condiciones particulares en el entorno digital. Se reconoce que la concejala, por ser mujer y joven, está expuesta a una fiscalización más intensa y a comentarios que exceden la evaluación estrictamente política de su gestión. Este punto resulta relevante porque muestra que la comunicación política digital no se desarrolla en un espacio neutral, sino en un entorno atravesado por sesgos de género que inciden en la forma en que se interpreta su liderazgo y su legitimidad pública.

Este bloque de hallazgos permite afirmar que la comunicación política digital de la concejala es percibida externamente como una estrategia percibida como favorable para construir cercanía, visibilidad y presencia pública, aunque todavía enfrenta desafíos relacionados con la institucionalización de su narrativa, la profesionalización del contenido y la transformación de esa visibilidad en confianza política más estable y profunda.

Tabla 3

Síntesis de hallazgos cualitativos según procedencia de la información

Entrevistado/a	Procedencia del hallazgo	Hallazgo principal
Lic. Stephany Coello	Equipo de trabajo de la concejala	Señala que la estrategia digital se desarrolla de forma flexible, sin un plan formal, y que los contenidos se ajustan a la coyuntura política y a las actividades de la concejala.
Lic. Robison Shiguango	Equipo de trabajo de la concejala	Indica que la producción digital prioriza formatos de mayor alcance, adaptando el contenido según la red social y el comportamiento de la audiencia.
Concejala Estudiada	Concejala de Tena	Expresa que su comunicación busca proyectar cercanía, firmeza y compromiso, y que concibe las redes sociales como espacios de diálogo con la ciudadanía.
Mgtr. José Luis Yuripoma	Perspectiva experta	Considera que la imagen proyectada en redes se asocia con cercanía y visibilidad, aunque aún presenta limitaciones en planificación e identidad visual.
Tecnól. Roy Robles	Perspectiva periodística local	Advierte que la presencia digital genera reconocimiento público, pero también una percepción mixta entre liderazgo accesible y figura mediática.

Fuente: Elaboración propia con base en entrevistas semiestructuradas aplicadas al equipo de trabajo de la concejala, a la concejala estudiada, a un experto en comunicación y a un actor del contexto periodístico local.

DISCUSIÓN

Interpretación de los resultados en relación con la literatura existente

Los resultados del presente estudio muestran que la comunicación política digital de la concejala estudiada es valorada favorablemente por la ciudadanía encuestada, especialmente en dimensiones asociadas con liderazgo, autenticidad, claridad y credibilidad. Sin embargo, las valoraciones relativamente menores en torno al cumplimiento de promesas, la capacidad técnica y la orientación al bien común sugieren que la valoración favorable construida en redes sociales no se traduce automáticamente en una confianza política plenamente consolidada.

Estos resultados son coherentes con la literatura que sostiene que la comunicación política digital no solo informa, sino que también modela percepciones y juicios sobre liderazgo político (Peña-Rosell y Libaque-Saenz, 2025; Valenzuela et al., 2012). En este sentido, los hallazgos obtenidos permiten interpretar que una comunicación percibida como clara, auténtica y creíble puede contribuir a la atribución de liderazgo y mejorar la valoración ciudadana de la figura política analizada.

En el presente estudio, la confianza ciudadana aparece como una dimensión más compleja, debido a que las valoraciones sobre cumplimiento y capacidad técnica fueron comparativamente menores. Esto sugiere que la confianza política depende no solo de la eficacia comunicacional, sino también de la

percepción sobre la gestión, la coherencia y la capacidad de respuesta de la autoridad (García Castro et al., 2025; Córdova y Santín, 2025). Por ello, las puntuaciones más moderadas obtenidas en los indicadores vinculados con cumplimiento y capacidad técnica evidencian una tensión entre la fortaleza simbólica de la comunicación digital y la necesidad de sostener esa legitimidad mediante resultados concretos de gestión.

Los hallazgos cualitativos obtenidos en las entrevistas sugieren que el liderazgo político femenino enfrenta formas diferenciadas de escrutinio en entornos digitales. La literatura ha advertido que las mujeres en política enfrentan mayores niveles de escrutinio, estereotipos de género y violencia digital, factores que inciden en la manera en que su liderazgo es evaluado públicamente (ONU Mujeres, 2022; Krook, 2018). En el entorno digital, estas dinámicas pueden amplificarse a través de ataques, desinformación y cuestionamientos a la credibilidad de las autoridades mujeres (Viña et al., 2025). En ese marco, resulta relevante que la concejala estudiada sea percibida con atributos de liderazgo firme, cercanía y autenticidad, aun dentro de un contexto potencialmente adverso.

Los hallazgos permiten sostener que la comunicación política digital de la autoridad local analizada puede cumplir una función relevante en la construcción de liderazgo percibido y cercanía con la ciudadanía, aunque también muestran que la confianza política no depende únicamente de la visibilidad o del posicionamiento en redes sociales. En el contexto local de Tena, dicha confianza exige una articulación más estrecha entre comunicación eficaz, coherencia discursiva y percepción de resultados en la gestión.

Tabla 4

Violencia política digital contra las mujeres en política

Indicador	Dato reportado	Fuente
Mujeres en cargos políticos que han experimentado algún tipo de violencia digital	Más del 70 %	ONU Mujeres (2022)
Manifestaciones identificadas	Campañas de desprestigio, desinformación y ataques a la credibilidad	ONU Mujeres (2022)
Efectos principales	Afectación a la participación política femenina y debilitamiento de la percepción de legitimidad y liderazgo	ONU Mujeres (2022)

Fuente: Elaboración propia con base en ONU Mujeres (2022).

Implicaciones teóricas y prácticas

Desde una perspectiva teórica, los hallazgos del estudio aportan al campo de la comunicación política digital al mostrar que, en contextos locales, la construcción de liderazgo percibido en redes sociales no depende únicamente de la frecuencia de publicación o de la visibilidad del actor político, sino también de la forma en que la ciudadanía interpreta atributos como autenticidad, claridad, cercanía y credibilidad. En este sentido, el caso analizado refuerza la idea de que la comunicación política digital constituye un espacio de producción simbólica de legitimidad, pero también evidencia que dicha legitimidad no se consolida plenamente si no se articula con percepciones favorables sobre gestión, cumplimiento y capacidad técnica.

El estudio contribuye a la comprensión del liderazgo político femenino en entornos digitales, al evidenciar que la comunicación puede operar simultáneamente como herramienta de posicionamiento,

mecanismo de cercanía ciudadana y recurso frente a contextos de mayor escrutinio y violencia política digital. Este aporte resulta relevante porque sitúa la discusión no solo en el plano de la imagen pública, sino también en la interacción entre género, comunicación y confianza ciudadana en escenarios de proximidad territorial.

En el plano práctico, los resultados ofrecen insumos útiles para autoridades locales y equipos de comunicación institucional. En primer lugar, muestran la importancia de diseñar estrategias digitales diferenciadas según la plataforma, considerando el carácter más institucional de Facebook y la mayor cercanía narrativa de TikTok. En segundo lugar, sugieren que la comunicación política digital puede contribuir a la percepción de liderazgo cuando prioriza mensajes claros, auténticos y vinculados con problemáticas concretas del territorio. No obstante, también evidencian que la visibilidad digital debe acompañarse de mayor coherencia entre discurso, acción pública y resultados percibidos, especialmente si se busca consolidar confianza política más allá del reconocimiento simbólico.

De igual manera, el estudio plantea implicaciones específicas para el liderazgo político femenino. Los hallazgos sugieren la necesidad de fortalecer estrategias comunicacionales sensibles a las dinámicas de género, capaces de responder a estereotipos, ataques digitales y procesos de deslegitimación que afectan de forma diferenciada a las mujeres en política. En este sentido, la comunicación digital no solo debe pensarse como difusión de actividades, sino como una herramienta comunicacional para proyectar autoridad, legitimidad y cercanía en contextos donde el liderazgo femenino enfrenta mayores barreras simbólicas

Limitaciones del estudio

Entre las principales limitaciones del estudio se encuentra su carácter localizado, ya que la investigación se centró en el cantón Tena y en un caso específico de liderazgo político femenino. Por ello, los hallazgos deben interpretarse como resultados situados y no como conclusiones generalizables de manera automática a otros contextos políticos o territoriales, especialmente considerando que los estudios no experimentales y de corte transversal permiten analizar fenómenos en su contexto natural, pero dentro de condiciones espaciales y temporales específicas (Hernández-Sampieri et al., 2018; Creswell y Creswell, 2018).

El análisis se desarrolló en un periodo determinado, lo que permitió examinar las percepciones sobre comunicación política digital y confianza ciudadana en un momento concreto, pero no observar su evolución en el largo plazo. Del mismo modo, la confianza ciudadana fue abordada a partir de percepciones reportadas por la población encuestada, lo que aporta información relevante sobre valoraciones sociales, aunque no sustituye mediciones longitudinales sobre comportamiento político o confianza institucional sostenida (Hernández-Sampieri et al., 2018).

El componente cualitativo permitió profundizar en la comprensión del caso mediante entrevistas a informantes clave, pero su alcance se orienta más a la interpretación del fenómeno que a la representatividad estadística, en coherencia con la lógica del enfoque mixto y del análisis contextual aplicado en la investigación (Creswell y Creswell, 2018).

Debe considerarse la posibilidad de sesgos de percepción derivados del nivel de exposición previa de algunos participantes a los contenidos digitales de la autoridad local analizada. Aunque se procuró diversidad etaria y territorial en la selección de encuestados, la naturaleza voluntaria de la participación puede haber influido en la tendencia favorable observada en determinados indicadores. Por ello, los resultados deben interpretarse como aproximaciones descriptivas situadas en el contexto del cantón Tena y no como conclusiones generalizables a toda la población.

Recomendaciones para futuras investigaciones

Se recomienda que futuras investigaciones amplíen el análisis a otros liderazgos políticos locales, con el fin de comparar si las dinámicas de comunicación política digital y confianza ciudadana presentan patrones semejantes en distintos contextos territoriales. También sería pertinente incorporar estudios comparativos entre liderazgos femeninos y masculinos, para profundizar en la incidencia de las dinámicas de género en la construcción de legitimidad política en redes sociales (Sullivan, 2021; ONU Mujeres, 2022).

Sería valioso desarrollar investigaciones longitudinales que permitan observar la evolución de la confianza ciudadana a lo largo del tiempo y su relación con cambios en la estrategia digital, coyunturas políticas o episodios de conflictividad pública. De igual manera, se recomienda profundizar en el estudio de la violencia política digital contra las mujeres en cargos públicos, debido a su incidencia en la percepción del liderazgo, la legitimidad y la participación política en entornos digitales (Krook, 2018; Viña et al., 2025; ONU Mujeres, 2022)

CONCLUSIÓN

El estudio permitió analizar las estrategias de comunicación política digital de la concejala estudiada y las percepciones ciudadanas sobre liderazgo y confianza en el contexto local del cantón Tena. Los resultados muestran que su comunicación en redes sociales es valorada favorablemente, sobre todo en aspectos vinculados con liderazgo percibido, autenticidad, claridad y credibilidad.

También se identificó que la confianza ciudadana no depende únicamente de la visibilidad o del posicionamiento digital, sino también de la percepción sobre el cumplimiento, la capacidad técnica y la coherencia entre el discurso y la gestión. El análisis evidenció que Facebook y TikTok cumplen funciones distintas dentro de la estrategia comunicacional, combinando una dimensión más institucional con otra orientada a la cercanía y cotidianidad.

Los hallazgos cualitativos sugieren que el liderazgo político femenino en entornos digitales puede enfrentar formas diferenciadas de escrutinio, cuestionamiento y deslegitimación simbólica. Este aspecto debe interpretarse como una percepción identificada en las entrevistas y en diálogo con la literatura revisada, mas no como una afirmación estadística generalizable.

El estudio reafirma la importancia de la comunicación política digital como herramienta que puede contribuir al liderazgo percibido y a la cercanía con la ciudadanía, especialmente en contextos locales. Al mismo tiempo, resalta la necesidad de comprender este fenómeno desde una perspectiva de género, considerando que el liderazgo político femenino enfrenta condiciones particulares de escrutinio y deslegitimación en entornos digitales.

REFERENCIAS

Caprara, G. V., & Vecchione, M. (2020). Personality and politics. In P. J. Corr & G. Matthews (Eds.), *The Cambridge handbook of personality psychology* (2nd ed., pp. 413–423). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781108264822.038>

Castells, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza: Los movimientos sociales en la era de Internet*. Alianza Editorial.

Córdova, F. Y., y Santín, F. G. (2025). La Comunicación Política Municipal y su Incidencia en la Opinión Pública de los Ciudadanos del Cantón Pindal, año 2024. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 9(3), 690-706. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v9i3.17652

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.

Enli, GS y Skogerbø, E. (2013). Campañas personalizadas en la política partidista: Twitter y Facebook como espacios para la comunicación política. *Información, Comunicación y Sociedad*, 16 (5), 757–774. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2013.782330>

García Castro, E. B., Vilca Mamani, A., Araca Ccamapaza, M. C., Calizaya Coila, H., & Ancco Loza, R. (2025). Confianza política y satisfacción ciudadana con la democracia en el Perú. *Comuni@cción: Revista De Investigación En Comunicación Y Desarrollo*, 16(3), 172-185. <https://doi.org/10.33595/2226-1478.16.3.1413>

Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C., & Baptista, P. (2018). *Metodología de la investigación* (6.ª ed.). McGraw-Hill Education.

Krook, M. L. (2018). Violence against Women in Politics: A Rising Global Trend. *Politics & Gender*, 14(4), 673–675. <https://doi.org/10.1017/S1743923X18000582>

Molina Barbosa, J. K. (2025). Imagen pública y representación política: El caso del gobierno de Daniel Noboa [Tesis de maestría, Universidad de las Américas]. <https://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/17800/1/UDLA-EC-TMCP-2025-02.pdf>

ONU Mujeres. (2022). *Violencia política contra las mujeres en el ámbito digital: desafíos y recomendaciones*. ONU Mujeres. <https://www.unwomen.org>

Peña-Rosell, G. L., & Libaque-Saenz, C. F. (2025). Impact of local governments? social media engagement on citizens? trust, satisfaction, and word-of-mouth: A study of Lima-Peru. *Issues In Information Systems*. https://doi.org/10.48009/3_iis_2025_2025_104

Ross, A., Lester, L., & Konkes, C. (2021). Audience perspectives on paying for local news: A regional qualitative case study. *Journalism Studies*, 22(8), 1066-1082. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2021.1916985>

Sullivan, K. V. R. (2021). The gendered digital turn: Canadian mayors on social media. *Information Polity*, 26(2), 157–171. <https://doi.org/10.3233/IP-200301>

Valenzuela, S., Arriagada, A., y Scherman, A. (2012) La base de las redes sociales en la protesta juvenil: el caso de Chile, *Journal of Communication*, 62 (2), 299–314. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2012.01635.x>

Viña, K., Mantilla, A., & Quishpe, L. (2025). "Golpes digitales": La nueva violencia contra la mujer en redes sociales, IA y ciberespacios. *Polo del Conocimiento*, 10(11), 2065-2093.
<https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/10750>