

Explorando la comunicación política



TALLER DE COMUNICACIÓN POLÍTICA III

CUADERNO DE ESTUDIOS

Explorando la comunicación política

Taller de Comunicación Política III

Compilador:

Gustavo F. González (CICEOP, FPyCS, UNLP)

Explorando la comunicación política / Autores Varios [et al.]. - 1a ed. - La Plata :
Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Periodismo y Comunicación Social,
2025.

Libro digital, PDF

Archivo Digital: descarga
ISBN 978-950-34-2576-3

1. Ensayo. I. Autores Varios
CDD A864

Editorial de Periodismo y Comunicación
Diag. 113 N° 291 | La Plata 1900 | Buenos Aires | Argentina
+54 221 422 3770 Interno 159
editorial@perio.unlp.edu.ar | www.perio.unlp.edu.ar
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Universidad Nacional de La Plata

Diseño y maquetación
Franco Dall'Oste



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons

Índice

La motosierra como metáfora social	6
Comunicación política en tiempos de IA	8
Gobierno local y comunicación política: los desafíos frente a los avances en las tecnologías de la comunicación	12
Las redes sociales de las y los políticos platenses	15

Agradecimiento

Desde el Taller de Comunicación Política III queremos saludar nuevamente la convocatoria de las y los responsables de Ediciones de Periodismo y Comunicación y de las autoridades de la FPyCS de la UNLP, para la realización de Cuadernos de Bolsillo.

En esta oportunidad presentamos textos breves sobre los desafíos y las implicancias de la IA para la comunicación política en la ciudadanía y en la democracia como sistema; la problematización sobre la hipermediatización y la fragmentación comunicacional a la que se enfrentan los gobiernos locales; un escrito sobre las RRSS de las y los políticos que es parte de la investigación en curso del CICEOP¹ y que le significara a uno de los integrantes su graduación en posgrado, y finalmente un breve análisis en dónde la metáfora “motosierra” es estudiada cómo símbolo gubernamental.

Agradecemos nuevamente a las autoridades que nos dan la oportunidad de volcar breves reflexiones y problematizaciones sobre un país en crisis en términos económicos, políticos, sociales y culturales.

1. CICEOP es una unidad de investigación de la FPyCS de la UNLP

La motosierra como metáfora social

Gustavo F. González (CICEOP, FPyCS, UNLP)

El gobierno nacional de Javier Milei ha establecido al instrumento "motosierra" como una metáfora de su política de gobierno.

El primer magistrado de la Nación blandiendo con ambas manos la herramienta, ha convertido a un artefacto ideado para otros fines en una alegoría estadual que cercena periódicamente trabajadores y trabajadoras de su fuente laboral, y recorta recursos de diferentes áreas que impiden establecer las distintas políticas gubernamentales que debieran llevarse a cabo.

La motosierra como arma se enviste de ideología para amputar derechos y deberes, y significarse desde la entronización de un tipo de Estado que rehúye la obligación primigenia de su existencia: establecer acciones que equilibren los desajustes de un mercado que en su misma naturaleza tiene por objetivo maximizar utilidades y minimizar costos, sin ningún tipo de consideración de si son personas, procesos o entidades.

El actual mandatario le ha ungido al instrumento motosierra los signos de atributo presidencial al conferirlo como ofrenda a personalidades de su satisfacción; gesto y homenaje se establecen como marca distintiva de su gestión.

Pero ese emblema cercenativo es coreado por amplios sectores de una sociedad que nubla su vista frente a los desvaríos del binomio presidencial y de adláteres ministeriales, del congreso nacional y de acomodaticios mandatarios provinciales y comunales.

Signo de época. Nuestro país ha sido marcado en su historia por hitos performativos, ¿qué implicancias puede tener sobre nuestro devenir histórico que mandatario y sociedad se enlacen en una común unión enraizada en un logos distópico?

Hay una singularidad extrema que impide (y es hasta exaltada por algunos y algunas), visualizar y comprender el martirio ocultado tras la singularidad de esgrimir una herramienta como alusión a un cierto tipo de Estado; es un oxímoron considerar que una motosierra puede iluminar algún tipo de país.

El primer mandatario, su círculo más cercano e ideólogos del gobierno nacional, poseen la concepción de que ciertos sobrantes sociales (personas) son sacrificables en aras de un supuesto bien común, la inmolación de sectores vulnerables solo proveerá una identidad nacional que se sigue alejando de los valores soñados por los hombres y mujeres que prohicieron la Argentina.

¿Qué tipo de ensueño pudo originar a una motosierra como distintivo de un líder y de un momento del país?

Una bandera; el sillón presidencial; un bastón de mando; un himno partidario; los dedos en V; dos manos entrelazadas; algún slogan; globos de colores. Los símbolos distintivos enumerados son agregativos, algunos fundantes y otros nimios se establecen en términos rizomáticos; el emblema "motosierra"resignifica un tipo de lógica identitaria, política y de país que rasga, fragmenta, desarticula y descarta.

¿Qué Argentina estamos fundando?¿Quién o quiénes poseen la hipotética invulnerabilidad de no ser el próximo sobrante social?

Se ha establecido una representación política cuyo principio y fin es el retaceo de derechos, solo hay garantías para los ganadores de siempre. No es cuestión de género, pero el mito de las

sirenas y su canto mágico ha hechizado, y es acompañado por importantes segmentos sociales, políticos, culturales, educativos, religiosos y del empresariado.

No se trata de Odiseos ni marineros. Estamos obligados a aprender que algunos mensajes solo conllevan angustia y pesadumbre, nuestro patrimonio debe ser desentrañar oscuras arengas establecidas sobre vacías promesas.

La naturaleza de una motosierra es ser una herramienta para cortar, talar y podar; posiblemente en unos años razonemos extrañadamente cómo pudimos encandilarnos con líderes y un herramental cuyo objetivo es cercenar una parte del todo.

La investigadora E. Noelle-Neumann (1993) acuñó el concepto espiral del silencio para describir escenarios políticos en donde una idea mayoritaria va dominando la escena política acallando a las manifestaciones contrarias, hasta tal modo que quienes se sienten en minoría se llaman a silencio ante el yugo de una opinión mayoritaria. La escritora alemana señala que es posible que, en tiempos futuros, esa misma sociedad se extrañe ante el clima de opinión que prevaleció en su momento.

Desde dónde inscribimos la espectacularización política (Domenach, 1971; Edelman, 1991) cuáles son las apuestas y las renuncias en que se inscribe la simbología que establecemos, qué sectores de la sociedad fundan como anclaje y quiénes revisten la categoría del "otro" en una sociedad profundamente antagónica (Schmitt, 2010; Edelman, 1991; Mouffe, 2023).

Deberemos preguntarnos nuevamente si en términos de civilización en Argentina (y en varias naciones) no estamos volviendo a manifestaciones políticas más cercanas al concepto de multitud (Le Bon, 1911) en donde las personas pierden la conceptualización individual y se abrazan a sus emociones detrás de un líder que las racionaliza, más cercano a los determinantes externos del voto (Mora y Araujo, 2005) y renunciando a procesos cognitivos que son los que ponen en crisis llamamientos a conducta y voto antepuestos a los propios intereses.

En nuestro primer Cuaderno de Estudios² del Taller de Comunicación Política III destacamos caracterizaciones que se establecen desde la llamada americanización de las campañas políticas, como la constitución de pseudoacontecimientos, la prevalencia del líder, la emocionalización, la campaña negativa; signos del gobierno nacional que si bien se podían identificar en otras gestiones, se muestran en términos exponenciales en el actual período.

La composición de nuestras propias subjetividades pero también de la identidad nacional están expuestas, esperemos que el Dios Cronos no sea tan elástico y que podamos revertir el inexorable proceso en el que estamos inmersos.

Bibliografía

- Domenach, J., M. La propaganda política. EudeBa. Argentina, 1971.
- Edelman, M. La construcción del espectáculo político, Editorial Manantial, Buenos Aires, 1991.
- Le Bon, G. Psicología de las multitudes. Daniel Jorro, editor. Madrid 1911.
- Mora y Araujo, M. El poder de la conversación. Elementos para una teoría de la opinión pública. Editorial La Crujía. Argentina, 2005
- Mouffe. C. El poder de los afectos en la política. Hacia una revolución democrática y verde. Siglo Veintiuno editores. Argentina, 2023.
- Noelle-Neumann, E. La Espiral del Silencio. Editorial Paidós. España 1993.
- Schmitt, Carl. Diálogo sobre el poder y el acceso al poderoso, Fondo de Cultura Económica, Argentina, 2010

2. [Taller de comunicación política III](#)

Comunicación política en tiempos de IA

Giorgi, Mariela y Pereyra, María Alejandra (CICEOP, FPyCS, UNLP)

La Organización de la Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) definió a la Inteligencia Artificial (IA) como “máquinas capaces de imitar ciertas funcionalidades de la inteligencia humana incluyendo la percepción, el aprendizaje, el razonamiento, la resolución de problemas, la interacción del lenguaje e incluso la producción creativa”³.

La era digital nos presenta hechos inéditos en la economía, la cultura y la educación, en la información y también en la organización y formas de gobierno. Todos estos ámbitos se encuentran alcanzados por el desarrollo de la tecnología, permeando cambios, impulsando naturalizaciones y construyendo demandas.

La inteligencia artificial es parte de este escenario. En una primera definición sobre internet y redes sociales, Castells (2001) argumentaba que la red de ordenadores, más allá de su función tecnológica, actúa como un medio esencial para la comunicación, la interacción y la organización social. Por tanto, la IA que no es nueva, ha evolucionado con tanta fuerza que modificó estructuras sociales, creó nuevos sistemas y con ello se promueven cambios en donde el rol humano entra en crisis. O debería ya que lo que se pone en juego y aun se discute – entre tanto – es la delegación de autoridad y la responsabilidad que el ser humano transfiere o la IA adopta.

Por consiguiente, los resultados que podemos obtener a través del uso de la IA no tienen límites. Su incorporación a nuestra cotidianidad puede ser un punto de partida de discusiones y debates, abriendo nuevos caminos para la reflexión de los temas en cuestión.

Las condiciones actuales de la mundialización conllevan oportunidades de expansión del conocimiento, como la posibilidad de compartir los diferentes saberes y culturas, siendo esta experiencia infinitamente enriquecedora; aunque no podemos dejar de mencionar que la circulación de la cultura se da principalmente en un solo sentido, de los países ricos a los más pobres, y el crecimiento de las tecnologías y los sistemas con IA, su invención y desarrollo no son neutrales, son creaciones del ser humano tanto políticas como empresariales.

Si pensamos en la producción de datos como materias primas, como lo propone la autora Sofía Scasserra (2020), entonces existe un extractivismo de datos en donde la materia prima no solo no queda en nuestro país, sino que no genera divisas. En esa línea de pensamiento el estado pierde todo tipo de control y el recurso es explotado por las empresas de Silicon Valley, entre otros. En todo este proceso lo que se pone en juego es nada más ni nada menos que la soberanía.

Para Cornelius Castoriadis (1993), filósofo, sociólogo y psicoanalista greco-francés, las sociedades occidentales se conformaron por la articulación de dos imaginarios sociales opuestos, por un lado, el imaginario social capitalista y por otro, el imaginario social democrático.

El imaginario social capitalista se caracteriza por la competitividad, el ideal es una subjetividad exitosa e individualista, desentendiéndose así, de las consecuencias que impliquen la exclusión social de sus conciudadanos. Por su parte, el imaginario social democrático, promueve ideales que hacen al bien común y la solidaridad. De este modo, el diferente no es alguien sobre el cual triunfar, sino que es un “otro” que aporta desde su singularidad. El autor señala que el imaginario social capitalista ha avanzado sobre el democrático, por consiguiente, retroceden las significaciones de una sociedad democrática, como lo son la igualdad, la solidaridad y el respeto, entre otras.

En dicho contexto, cabe preguntarnos ¿cuál será el rol que definitivamente decide adquirir la política y su dirigencia?, ¿Cuál será la estrategia que adopten los estados para equilibrar el impacto de la IA? Nos referimos a repensar una serie de acciones que preserven los derechos de los seres

3. ONU (2025) El Pacto para el Futuro. Proyecto de resolución presentado por la Presidencia de la Asamblea General. Anexo 2

humanos entendiendo como tales el acceso a la información, el de la privacidad, el de la igualdad como transversales a los de la educación, el empleo, entre tantos. Cuál será la intersección de la comunicación política con la IA, o mejor expresado, cómo necesitamos que sea en virtud de proteger nuestro sistema democrático.

Comunicación Política y análisis de la cotidianidad

La comunicación política, especialmente en escenarios polarizados, puede generar estrés y ansiedad en la población al apelar a emociones intensas como el miedo, la ira o la indignación. Estas dinámicas tienen un impacto directo en la salud mental de los ciudadanos, lo que subraya la importancia de decisiones responsables por parte de los líderes. En este sentido, Enrique Pichón-Rivière (2007), pionero en la psiquiatría dinámica y el psicoanálisis, sostenía que el individuo no puede entenderse de manera aislada, sino siempre en relación con su contexto social. Así, la salud mental está profundamente influenciada por las dinámicas sociales y políticas, lo que refuerza la necesidad de un enfoque ético y equilibrado en la comunicación política de la IA.

Cabe considerar que dicha polarización divide a las sociedades en grupos antagónicos, lo que puede generar conflictos interpersonales, aislamiento social y sentimientos de alienación. Para Norbert Lechner (1999), investigador y politólogo, la sociedad actual se halla fragmentada en diferentes grupos sociales, los que tienen distintos intereses y visiones del mundo. Por lo que la pérdida de un objetivo compartido propicia que surjan racionalidades específicas, las que operan de manera cerrada y autónoma. Este escenario complica la construcción de un imaginario social colectivo que facilite una saludable convivencia de la población.

Los discursos de odio, las campañas de desinformación, las fake news (noticias falsas) y la falta de un marco de regulación claro, propician que las y los ciudadanos se sobreexpongan a un volumen de información que acarrea confusión. Así pues, para Byung-Chul Han (2022) las noticias falsas son ante todo información. Antes de que un proceso de verificación se ponga en marcha, ya han tenido todo su efecto.

Ese estado que se describe como “fatiga informativa” en el que las personas se sienten agobiadas por la cantidad de información contradictoria, genera desconfianza en las instituciones viralizando sentimientos negativos de descreimiento respecto de las dirigencias políticas, sociales, culturales, de todo tipo.

Asistimos pasivamente a una masiva recopilación de inventarios sobre consumos, preferencias, deseos, expectativas que se clasifican sobre perfiles de millones de personas que pertenecen a un puñado de grandes grupos económicos internacionales⁴. Durante todo este tiempo y de manera “colaborativa” hemos contribuido al desarrollo de algoritmos que hoy constituyen las principales empresas de comercialización de IA. Lo grave de esto es que el Estado no tuvo mediación alguna. Es ahí, donde se incrementan distintos riesgos que acentúan desigualdades, se replican sesgos raciales y de géneros, se extienden discriminaciones y se excluye. Pero no solo es eso. En el análisis respecto del impacto de la Inteligencia artificial en la democracia, el autor Daniel Innerarity (2020:91) señala: “Tenemos, de entrada, un problema de ininteligibilidad debido a que no está claro quien decide y es responsable en un entorno cada vez más automatizado”.

La Declaración de Montevideo sobre Inteligencia Artificial y su impacto en América Latina señala

Coincidimos en que hay algo de antidemocrático si decisiones tan trascendentales no son tomadas por los órganos elegidos por los pueblos, y también en la

4. Forbes México. (s.f). Lista Forbes IA 50: Estas son las principales empresas emergentes de inteligencia artificial. Forbes México. <https://forbes.com.mx/lista-forbes-ia-50-estas-son-las-principales-empresas-emergentes-de-inteligencia-artificial/>

necesidad de establecer mecanismos regulatorios (tanto a nivel nacional como internacional) para asegurar que las tecnologías de IA tengan un nivel de riesgo entendible y manejable, y principalmente, para garantizar que aporten valor social, y no sean soluciones que beneficien a unos pocos en perjuicio de las mayorías.

Y tenemos que profundizar en la pregunta que propone el filósofo-escritor Innerarity respecto de la naturaleza y la filosofía de la inteligencia Artificial en relación con la organización democrática de la sociedad: "No es que las decisiones clave sean delegadas en máquinas en las que no hay ningún humano; se trata más bien de que somos presionados a tomar decisiones, de tal manera que no nos preguntamos quién es su verdadero autor". (Innerarity, 2020, p.91)

En este reacomodamiento que existe, de aquello que consideramos vida privada versus vida pública, en esta dicotomía entre lo virtual y real que nos impuso esta revolución tecnológica, todavía estamos a tiempo de tomar acciones. Debemos hacerlo desde todos los ámbitos, también desde la comunicación política. Porque entre los interrogantes que surgen desde nuestro ámbito de trabajo podemos preguntarnos ¿qué construcción de ciudadanía estamos promoviendo en el mar de desinformación en el que navegamos?, ¿Cómo se adaptarán los partidos políticos?, actores fundamentales del sistema democrático a la IA. O ¿Cuáles son las acciones que fortalecerán la construcción de instituciones sólidas y saludables que le harán a la ciudadanía? ¿Y qué promoción de derechos, de nuevos derechos, buscan consensuar para proteger a los ciudadanos?

Es necesario que podamos pensar y hacer distinto. Necesitamos diseñar una estrategia para conducir el impacto de la IA en nuestra gobernanza, o mejor dicho por el que deseamos que tenga para nuestra democracia.

La Inteligencia Artificial, candidata

En el cierre de la campaña electoral 2023 para la elección a presidente de la Argentina se viralizaron una serie de contenidos para redes sociales que fueron producidos por inteligencia artificial. Los principales competidores Sergio Massa y Javier Milei, apelaron a recursos de IA en sus estrategias electorales a través de piezas que adulteraban imágenes históricas (recreándolas con la modificación de sus actores principales), reconstruían imágenes fotográficas de época o utilizaban caricaturas como reflejo de los candidatos. Estaba claro que la IA asomaba como novedad en la producción audiovisual de consumo masivo en la contienda electoral. Esto, desde la promoción de las cuentas oficiales o asociadas a las cuentas oficiales, sin marco regulatorio que ordene, resultó inofensivo.

Sin embargo, no faltó mucho tiempo para que se viralice un video en donde se visualiza al candidato Sergio Massa⁵, en una actividad de su agenda diaria, en el que recibe una bolsa de cartas y realiza una declaración a cámara que señala: "Siempre fui arquero". Este material, que se viralizó, fue editado minuciosamente y mostraba al candidato Sergio Massa con una bolsa de "cocaína" al tiempo que se lo escuchaba decir: "Siempre fui merquero". Nos encontrábamos ante un caso de desinformación que anunciaba un clima de época muy particular, que al momento de la detección y de análisis del programa Reverso⁶ contabilizaba 190 mil reproducciones.

En este 2025, en las elecciones legislativas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires la calma de la veda electoral se rompió con la irrupción de piezas producidas con uso de tecnología de Inteligencia artificial. En uno de los videos puede verse al ex presidente argentino Mauricio Ma-

5. Publicación de TikTok de Sergio Massa del 26/09/2023 de 26 segundos. "¡Siempre fui arquero!" En actividad oficial inaugurando el Nuevo Sistema Riachuelo, en Dock Sud, Avellaneda.

6. Reverso es un proyecto contra la desinformación o «fake news» que coordina Chequeado y que se realiza de manera colaborativa con AFP Factual, First Draft y Pop-Up Newsroom, entre otros.

cri (fundador del Pro), dando de baja la candidatura de su espacio y pidiendo el voto a favor del candidato que representa al presidente en ejercicio Javier Milei. Fake news, denuncia a la cámara electoral, conferencia de prensa y una serie de cruces al minuto cero de iniciar el sufragio porteño. Sin duda alguna, la IA se apropia del escenario electoral. Lo hace con los candidatos, los estrategas, los politólogos, los responsables electorales y los deja atónitos. Trasciende el límite de lo que se conocía en términos de IA y de lo legal, y su uso amenaza con el impacto que pueda tener en el resultado del sufragio electoral.

Debemos destacar que el debate se ha instalado entre la dirigencia política, esperamos propuestas que busquen dar algún marco regulatorio, de cuidado, de consumo que preserve el acceso a la información sana, clara y segura, valor fundamental de nuestra democracia. Ese espíritu se asoma en un proyecto que busca regular contenidos con IA que se presentó en la Cámara de Diputados de la Nación⁷.

Consideramos que la IA no decidirá elecciones por sí sola, aunque debemos considerar que es una herramienta clave para quienes decidan utilizarla. En este sentido, debemos estar alertas.

Un síntoma también de época, ir atrás de los hechos.

Bibliografía

- Castells, M. (2001). La galaxia internet. Barcelona: Plaza y Janés.
- Castells, M. (2009). Comunicación, poder y contrapoder en la sociedad en red. Los medios en la política. España: Cuadernos de Comunicación en Innovación, N°74, Telos.
- Castoriadis, C. (1993). Poder, política, autonomía. Revista Zona Erógena.
- Innerarity, D. (2020). [El impacto de la inteligencia artificial en la democracia.Revista De Las Cortes Generales, \(109\), 87-103.](#)
- Han, B.-C. (2022). Infocracia: La digitalización y la crisis de la democracia (2ª ed.). Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Taurus.
- Scasserra, S. Soberanía tecnológica e inteligencia artificial en Lazzarini, C., [comp.]. (2020). *Inteligencia artificial y política: los desafíos de una tecnología acelerada en las instituciones contemporáneas* (1a ed.). Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Instituto de Capacitación Parlamentaria de la Secretaría Parlamentaria de la Honorable Cámara de Diputados de la Nación Argentina.
- Lechner, N. (1999), Las condiciones de la gobernabilidad democrática en América Latina de fin de siglo, en Filmus, D. (Comp.). Los noventa. Buenos Aires: EUDEBA.
- ONU (2025) El Pacto para el Futuro. Proyecto de resolución presentado por la Presidencia de la Asamblea General. Anexo 2
- Pichon-Rivière, E. (2007). El proceso grupal. Del psicoanálisis a la psicología social. 2º ed.- Editorial Nueva Visión. Buenos Aires.
- Agencia de Gobierno Electrónico, Sociedad de la Información y el Conocimiento. (2024, Octubre). Aprobación de la Declaración de Montevideo. Gobierno de Uruguay. Recuperado en Aprobación de la Declaración de Montevideo | Agesic
- Chequeado. (2025). Es falso que en este video viral Sergio Massa recibe una bolsa con cocaína, lo que le arrojan son cartas. Chequeado. Recuperado en:[Es falso que en este video viral Sergio Massa recibe una bolsa con cocaína, lo que le arrojan son cartas - Chequeado](#)

7. Propuesta presentada por el Diputado Nacional radical Julio Cobos en la Cámara de Diputados de la Nación, en mayo del 2025. Que fue acompañado por otras fuerzas políticas partidarias.

Gobierno local y comunicación política: los desafíos frente a los avances en las tecnologías de la comunicación

Lanusse, Nazareno y Valicenti, César (CICEOP, FPyCS, UNLP)

En el contexto de creciente hipermediatización, fragmentación de plataformas digitales, y cultura de la conectividad (Van Dijck, 2016), los gobiernos locales, en este caso de análisis pensando específicamente en ciudades medias de la Provincia de Buenos Aires, enfrentan el desafío de redefinir sus estrategias de comunicación política. En este escenario, la incorporación de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (NTIC) se vuelven indispensables no solo para modernizar la gestión pública, sino también para estrechar el vínculo entre el Estado y la ciudadanía.

Tal como señalan Pagani et al. (2015), los sitios Web municipales y de los Concejos Deliberantes representan una primera escala de vinculación institucional en el ecosistema digital, aunque el grado de implementación y calidad de estos espacios es todavía dispar. En el relevamiento realizado por las autoras de todos los sitios Web de los municipios y Concejos Deliberantes de la provincia, se puso en evidencia la necesidad de fortalecer las plataformas oficiales como canales efectivos de acceso, transparencia y participación.

A su vez, la centralidad del ciudadano como prosumidor —es decir, como productor y consumidor activo de contenidos— redefine los vínculos tradicionales entre gobierno y sociedad. Márquez Romero (2018) destaca que este nuevo paradigma desplaza la lógica vertical de la comunicación institucional, promoviendo una dinámica dialógica que potencia la participación y favorece la construcción de ciudadanía. La autora subraya el interés de los ciudadanos por involucrarse en procesos comunicacionales más horizontales y transparentes, lo que exige a los gobiernos locales una planificación estratégica orientada a la interactividad y la escucha activa.

Por su parte, un estudio más reciente de Rocío Márquez Romero (2025) sobre la red social X (ex Twitter) da cuenta de los límites actuales de esa interactividad. Si bien las plataformas ofrecen un enorme potencial para consolidar relatos de proximidad, los municipios tienden a utilizar estos espacios con una fuerte impronta partidaria y unidireccional. Además, se observa una desconexión entre las agendas comunicacionales del gobierno local y las conversaciones impulsadas por la ciudadanía. Este desajuste sugiere que aún persiste una brecha en la apropiación plena de los entornos digitales como espacios públicos de construcción política compartida, sin un real empoderamiento ciudadano (González, et al, 2017).

El escenario en el que se desarrolla el ejercicio de la comunicación política e institucional de los gobiernos locales posee ciertas características insoslayables a la hora de pensar su funcionamiento. Un factor clave a considerar es la fragmentación de los públicos a los que se debe dirigir la comunicación institucional. Esta fragmentación es producto de la crisis que atraviesan los medios de comunicación tradicionales, que supieron ser los dispositivos comunicacionales que concentraban la agenda pública local.

Esta fragmentación del consumo y la producción de la información, en el marco del auge de las redes sociales, plantea el desafío de comprender que existen diferentes públicos, diferentes grupos de interés en la comunidad, lo que exige una política de segmentación de discursos a los cuales se llega a través de distintos dispositivos, con diferentes lenguajes y en el marco de distintas tácticas.

La agenda pública de un municipio pasó de ser producida y concentrada por medios de comunicación hegemónicos tradicionales, generalmente un diario de gran tirada, un canal local a través de su servicio informativo y una radio tradicional del lugar, a una gran fragmentación de co-

municadores y nuevos dispositivos que complejizan la tarea de comprender cómo se construye la agenda pública local.

Uno de los objetivos clave que tiene un área de comunicación institucional de un municipio es comprender qué temas predominan en las conversaciones de los vecinos, cómo se instalan ciertas temáticas y versiones, quiénes son los formadores de opinión, cómo circula la información. En la comprensión de este escenario radica la capacidad de establecer mecanismos eficientes posteriores, para establecer una política comunicacional de gobierno coherente.

En función de esta realidad la estructura institucional de comunicación que tradicionalmente estaba destinada a desarrollar casi con exclusividad la relación con la prensa tradicional, ha tenido que generar modificaciones que permitan abordar esta nueva realidad en torno a la producción y el consumo de la información.

Desde la tradicional confección de un *clipping* de medios, hasta la elaboración y distribución de una gacetilla de prensa para intentar dominar la agenda pública con un tema de interés, todo este mecanismo se ve trastocado y redefinido por el nuevo escenario comunicacional que enfrentamos en la actualidad.

Así como se fragmentan los públicos a los cuales se dirige la comunicación gubernamental, también lo hacen los diferentes canales de comunicación oficial, en los que podemos diferenciar las redes sociales personales de los integrantes del gabinete e incluso del propio intendente, como así también las redes institucionales de las distintas secretarías y direcciones del municipio. La correcta administración de estos dispositivos, en donde se pueda diferenciar la comunicación política, de la institucional y también algunos aspectos de la vida privada de los funcionarios públicos que son observados por la ciudadanía, hace al desarrollo de una estrategia integral de comunicación de los gobiernos locales.

Resulta pertinente aclarar que la existencia de distintos dispositivos comunicacionales, no significa crear nuevas y distintas estrategias de comunicación, sino más bien lo contrario. La amplitud de canales debería permitir reproducir los mismos valores de gobierno, discursos, identidad, narrativas y demás elementos que abordan de manera integral una misma estrategia de comunicación de gobierno. El desafío que enfrentan quienes llevan adelante un área de comunicación municipal es coordinar todos estos dispositivos, a veces personales, y también institucionales como parte de la misma estrategia comunicativa.

Cabe aclarar que la dimensión poblacional del distrito, las características productivas, institucionales y culturales del mismo, condicionan la estrategia de comunicación política e institucional a desarrollar. Asimismo, en este ecosistema comunicacional, los gobiernos locales se ven interpelados a profesionalizar su gestión de redes sociales, entendiendo que el uso de plataformas digitales debe ir mucho más allá de la mera difusión institucional, ya que diferenciar entre comunicación institucional, marketing político y gestión de crisis es hoy fundamental para consolidar una presencia digital efectiva y coherente, alineada con las demandas ciudadanas y capaz de construir cercanía con la comunidad.

Ahora bien, esta dimensión digital no excluye la relevancia de la comunicación en el territorio. En efecto, la articulación entre la presencia en redes y la presencia en la calle es uno de los mayores desafíos para los gobiernos locales contemporáneos. Las actividades en el espacio público, como eventos, recorridas, reuniones con vecinos o campañas de concientización, permiten reforzar el vínculo directo con la ciudadanía y posicionar al Estado local como actor activo en el entramado social cotidiano.

Además, para que estas estrategias sean sostenibles y coherentes, resulta clave profesionalizar el rol de los equipos de prensa y comunicación local. El trabajo de las oficinas de comunicación requiere cada vez más una estructura interdisciplinaria, con competencias en producción/edición de contenidos, análisis de datos, manejo de redes, relación con medios y coordinación política. El vínculo entre los equipos de comunicación y las figuras políticas, especialmente el intendente, debe

basarse en criterios técnicos y estratégicos, evitando la improvisación y la sobrepersonalización del mensaje.

En definitiva, estos trabajos permiten comprender que la comunicación política local ya no puede pensarse como una mera herramienta de difusión institucional, sino como un espacio de disputa, interacción y construcción simbólica del poder en disputa (Wolton, 1994). Frente a los nuevos escenarios tecnológicos, los municipios deben avanzar hacia modelos comunicacionales abiertos, participativos y estratégicamente diseñados, que reconozcan el rol activo de la ciudadanía y exploren la pluralidad de plataformas disponibles.

Bibliografía

- González, G. (comp.). (2017). [Comunicación política, periodistas, políticos y la opinión pública: Definiciones, conceptos e investigación de campo](#). EPC Ediciones.
- Márquez Romero, R. D. (2018). [El rol del ciudadano prosumidor en la comunicación de gobierno local según la percepción de representantes comunitarios](#). *Revista Latina de Sociología (**revisita pechada)*, 8(1), 65–81.
- Márquez Romero, R. D. (2025). [Apropiación de la red social X en la comunicación entre el ciudadano prosumidor y el gobierno local](#). *Human Networks Journal*, 1(1), 1-10.
- Pagani, M. L., Pau, M. V., Payo, M. A., & Galinelli, B. (2015). [Las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación aplicadas a los gobiernos locales](#).
- Van Dijk, J. (2016). *La cultura de la conectividad: Una historia crítica de las redes sociales* (1st ed.). Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores Argentina S.A.
- Wolton, D. (1994). La comunicación política: Construcción de un modelo. In J. M. Ferry (Ed.), *El nuevo espacio público* (pp. 28–46). Barcelona: Editorial Gedisa.

Las redes sociales de las y los políticos platenses⁸

José Barbero. (CICEOP, FPyCS, UNLP)

El análisis de las actividades en redes sociales por parte de actores políticos resulta crucial para comprender su evolución en la era digital. El trabajo se basó en entrevistas en profundidad a ocho dirigentes políticos del partido de La Plata para estudiar las prácticas que tienen en dichas plataformas, en un espacio de la comunicación política en el que “se intercambian los discursos contradictorios de los tres actores que tienen legitimidad para expresarse públicamente sobre política y que son los políticos, los periodistas y la opinión pública a través de los sondeos”. (Wolton; 1992. p:31)

El estudio analiza el uso, la recepción y la apropiación de las redes sociales virtuales por parte de las y los dirigentes políticos en la ciudad de La Plata. La tecnología, desde su raíz etimológica, es un producto social, moldeado y a su vez moldeador de la sociedad. Su impacto no reside en su existencia, sino en su “uso”, que varía según el contexto social y las relaciones de poder. Las redes sociales son sistemas que facilitan la conexión humana, pero también plataformas que moldean y manipulan esas conexiones. Funcionan como “plataformas” o “microsistemas” dentro de un ecosistema digital más amplio. (Van Dijck, J, 2016)

Las redes sociales han penetrado todos los ámbitos de la vida, transformando la forma en que nos informamos, interactuamos y participamos. “Tanto en internet como fuera de ella, hoy la capacidad de creación se ve capturada sistemáticamente por los tentáculos del mercado, que atizan como nunca esas fuerzas vitales, pero al mismo tiempo, no cesan de transformarse en mercancía”. (Sibilia, 2008. p:13) En este sentido, dicha investigadora argentina sostiene que en el último tiempo se verifica un aumento inaudito del contenido producido por las y los usuarios de Internet, modificándose a partir de estos usos las artes, la política, el comercio e incluso la manera que se percibe el mundo; éstas nuevas prácticas impulsan el surgimiento de ciertas formas de ser y estar en el mundo, va cambiando la subjetividad de las personas. (Sibilia, 2008)

Estas plataformas de redes sociales virtuales mediante algoritmos “son máquinas de predicción cuyo objetivo es crear y perfeccionar una teoría sobre quién eres, lo que harás y lo que desearás a continuación” (Pariser, 2017, p:10). Estos algoritmos no solo transforman nuestro universo informativo, sino que también refuerzan el sesgo de confirmación, haciendo que las personas encuentren y se expongan principalmente a ideas que ya coinciden con sus creencias preexistentes o a ignorar o minimizar a aquellas que lo contradigan, imposibilitando el encuentro de ideas disonantes.

Entre las distintas prácticas que los seres humanos llevamos a cabo a través de las redes sociales virtuales, se hace referencia al

uso cuando la actividad (la lectura, la exposición a medios, la fotografía, etc.) forma parte de la vida cotidiana y sirve a finalidades pragmáticas tales como aprender el funcionamiento de un aparato o encontrar una vivienda a partir de una dirección indicada. Se trata de una aplicación práctica. (Grillo, M; et al., 2016. p:45).

Así entendido el “uso” hace referencia a la aplicación práctica y la habilidad técnica.

Por su parte “la recepción tiene que ver con una finalidad inespecífica; se refiere al acceso a la producción cultural o bien simbólico y a todas operaciones cognitivas que supone su compren-

8. Este ensayo presenta los resultados del TIF de Especialización en Comunicación Digital de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP ["Análisis de las actividades en las redes sociales por parte de las y los actores políticos del partido de La Plata: Uso, recepción y apropiación"](#).

sión: Se trata de un logro hermenéutico". (Thompson, 1998) Por lo tanto la "recepción" implica la comprensión y el procesamiento de la información.

Pero a diferencia de la recepción, que puede pasar sin dejar huella evidente, en la apropiación la producción cultural se integra a la vida sumando una dimensión más: un gesto creador hecho posible por o a partir de ese proceso. Y a diferencia del uso, esta incorporación no se manifiesta en un acto objetivo; tiene un recorrido sutil que se entrelaza con la subjetividad. (Grillo, M et al., 2016. p:46) Es decir que la "apropiación" va más allá, implicando la integración significativa de la tecnología en la vida del individuo, con un componente de creación y subjetividad.

A diferencia del capitalismo industrial en donde las sociedades disciplinarias funcionaban a través del poder coercitivo, tanto de los aparatos ideológicos o represivos del estado, en esta nueva etapa del neoliberalismo dicho poder funciona a través de estímulos positivos. Llegan a controlar nuestra voluntad en el "plano inconsciente". Como bien sostiene el filósofo surcoreano "la dominación se presenta como libertad, comunicación y community". (Chul Han, B; 2022, p:17)

La digitalización del mundo que vivimos, que se ha apoderado de nuestra vida cotidiana también se ha adueñado de la esfera política y está causando algunas perturbaciones en los procesos democráticos. En este mismo sentido Chul Han sostiene que los regímenes democráticos se encuentran en proceso constante de crisis y están degenerando en "Infocracia".

A través del análisis de sus declaraciones puede inferirse, en primera instancia, que las y los políticos platenses entrevistados utilizan principalmente Facebook, X (ex Twitter) e Instagram para fines personales y políticos. Si bien reconocen la importancia de estas plataformas para difundir sus actividades políticas, también valoran X (ex Twitter) como un espacio para expresar opiniones y comentarios sobre la coyuntura política.

En líneas generales, las y los políticos tienden a separar su vida personal de su presencia en línea, utilizando diferentes plataformas para diferentes propósitos. Por ejemplo, utilizan Facebook para compartir contenido personal, mientras que en X (ex Twitter) e Instagram se centran en cuestiones políticas. Por lo pronto, reconocieron que empleaban la red de mensajería instantánea WhatsApp como una herramienta de comunicación con diversos grupos (Familia, trabajo, ex compañeros de colegios, etc.).

En tanto, aprovechan las redes sociales para compartir noticias y actividades que muchas veces no son cubiertas por los medios tradicionales, lo que refleja cierto nivel de apropiación de estas plataformas para difundir sus mensajes. Además, aseguraron que dichas redes les permiten interactuar con otras y otros actores políticos dentro de los mismos espacios políticos en los cuales militan.

Si bien puede destacarse que reconocen la importancia de las redes sociales virtuales, no las consideran determinantes para llevar a cabo su actividad política. Y aunque contemplan la importancia de la interacción con las y los ciudadanos a través de las plataformas, rara vez participan en un diálogo horizontal; solamente se limitan a responder preguntas o comentarios de sus seguidoras y seguidores.

Por otra parte, sienten que sus colegas "están constantemente en campaña" en las redes, lo que evidencia el efecto de la tercera persona⁹, y manifiestan además la importancia de la imagen y la construcción mediática de la política actual. Esto se relaciona con lo evidenciado por el periodista, docente e investigador Washington Uranga, en cuanto a que la mayoría de las y los dirigentes interpretan que la política se ha desplazado sustancialmente a una disputa de imágenes, eslóganes, marcas y construcción mediática de figuras que necesitan sumar adhesiones. (Uranga, W. 2023)

Asimismo, reconocen las limitaciones de la comunicación virtual y valoran mucho el contacto "cara a cara" y esto contrasta con lo expresado por Trejo Delabre, quien percibe una nueva construcción de la política en donde las "redes socio digitales no transforman automáticamente

9. El Efecto de Tercera Persona en la Comunicación del sociólogo americano W. Phillips Davison (1983) afirma que "las personas van a tender a sobreestimar la influencia que la comunicación masiva tiene en el comportamiento y en las posturas de los otros" (DAVISON, 1983, p:3).

prácticas de la vieja política que han permanecido durante décadas, pero comienzan a formar parte de esa renovación". (Trejo Delabre, R. 2015. p:69)

A su vez, la mayoría de las y los políticos platenses siguen a otras y otros políticos de sus mismos espacios en los cuales militan; lo que reafirma que interactúan y navegan por dentro de las 'burbujas de filtros', tal cual lo acuñado por Eli Pariser (2017). No obstante, afirmaron que prefieren el contacto personal con la ciudadanía, a pesar de que reconocen la importancia de las redes sociales para la comunicación política.

Teniendo en cuenta todos los aspectos analizados, se puede afirmar que las y los políticos en La Plata utilizan activamente las redes sociales virtuales, principalmente Facebook, X (ex Twitter), Instagram y WhatsApp. Estas plataformas sirven tanto para fines personales como políticos, aunque con una clara separación entre ambos ámbitos. Para la mayoría X (ex Twitter) se destaca como un espacio para la expresión y el debate de opiniones políticas, pero la observan como un lugar hostil para el diálogo horizontal con sus pares o con la ciudadanía.

En cuanto a la percepción que tienen de las redes sociales virtuales es posible indicar que reconocen la importancia de las mismas, aunque "no las consideran determinantes" para su propia actividad política. Y si bien afirmaron que gestionan personalmente sus redes sociales, reconocieron algún tipo de asistencia "no profesional" (por ejemplo, alguna secretaria o secretario o asesor político) mientras ejercieron la función pública.

Por otro lado, a través de un análisis de sus redes sociales se pudo evidenciar una tendencia a usarlas más para difundir mensajes, destacándose la presencia de gerundios (rasgo muy común en el discurso político) que para entablar diálogos con la ciudadanía. Y a pesar de reconocer la importancia de las interacciones a través de las redes sociales virtuales, se limitan principalmente a responder preguntas o comentarios.

En líneas generales, puede afirmarse entonces que las redes sociales virtuales son solo una herramienta más, en constante evolución, en su estrategia política. Pero continúan valorando mucho más el contacto personal con los ciudadanos.

En conclusión, puede reafirmarse que continúa siendo escasa la apropiación de las redes sociales virtuales por parte de las y los actores políticos platenses, porque en general no existe un comportamiento que sea inherente con dichas plataformas, no hacen propia la herramienta a fines de lograr una integración definitiva de las redes que pueda generar producciones estrictamente políticas. Si bien han encontrado en las redes sociales una nueva forma comunicacional, no logran interactuar con la sociedad a partir de estas nuevas plataformas, convirtiendo a las redes sociales en formas comunicacionales de ida pero no de escucha de la población. No obstante, sí continúan haciendo uso y recepción de las redes sociales con el fin de generar sus propios contenidos para dar a conocer distintas actividades y difundirlas a través de las mismas, sin tener que pasar por los filtros de las redacciones de los medios de comunicación tradicionales. Todo esto se encuentra en consonancia con las investigaciones y las publicaciones que viene llevando a cabo el equipo de investigación del CICEOP de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social (UNLP) en los años 2017, 2019, 2021 y 2023.

Bibliografía

- Davison P, D. (1983) [El efecto de la tercera persona en la comunicación, PublicOpinionQuarterly, Volumen 47, Número 1. Páginas 1–15.](#)
- González, G. F. (Comp.) (2017). [Comunicación política, periodistas, políticos y la opinión pública: Definiciones, conceptos e investigación de campo. EPC Ediciones.](#)
- González, G. F. (Comp.) (2019) ["Las Redes Sociales y las Opiniones Políticas Individuales". En Comunicación Política & Redes Sociales. Editorial UNLP](#)
- González, G. F. (Comp.) (2021) [Comunicación Política & Redes Sociales Reloaded. Ed. UNLP](#)
- González, G. F.; Valicenti, C.D.; Lanusse, N.; Machicote, P; Barbero, J.M. (2023) [Taller de comunicación](#)

[política III. Cuaderno de cátedra de bolsillo /Autores Varios-1a ed. - La Plata. EPC Ediciones.](#)

- Grillo, M; Papalini, V; Benítez Larghi, S. (2016) Estudios sobre Consumos Culturales en la Argentina Contemporánea. Pisac, CLACSO.
- Han, B. - C. (2022). Infocracia. Editorial Taurus.
- Pariser, E (2017) El Filtro Burbuja. Como la Red decide lo que leemos y lo que pensamos. Taurus.
- Sibilia, P. (2008). La intimidad como espectáculo. FCE. Buenos Aires. Argentina.
- Thompson, J (1998) Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación. Los media y el desarrollo de las sociedades modernas. Barcelona Paidós Comunicación.
- Trejo Delabre, R (2015). Alegato por la deliberación publica (Primera edición ed.) México: Cal y arena.
- Uranga, W. [Comunicación: sin ciudadanos, sin política y sin democracia. La Ventana. Diario Página/12. 07/03/2023.](#)
- Van Dijck, J (2016) La cultura de la conectividad. Siglo Veintiuno Editores. Buenos Aires
- Wolton, D. (1992) La comunicación política: construcción de un modelo, en Jean Marc Ferry, Wolton y otros. El Nuevo Espacio Público. Editorial Gedisa. Barcelona