

Las mujeres políticas del «cambio» en X: crítica al adversario y monitorización del poder

THE POLITICAL WOMEN OF "CHANGE" IN X:
CRITICISING THE OPPONENT AND MONITORING POWER

Recibido el 27/05/2024 | Aceptado el 03/01/2025 | Publicado el 15/01/2025

<https://doi.org/10.62008/ixc/15/01Lasmuj>

Pepe-Oliva, Romina | Universidad Jaume I

✉ rpepe@uji.es |  <https://orcid.org/0000-0002-1007-2564>

Casero-Ripollés, Andreu | Universidad Jaume I

✉ casero@uji.es |  <https://orcid.org/0000-0001-6986-4163>

Resumen: X/Twitter es una de las herramientas fundamentales en la estrategia comunicativa de los actores políticos en la actualidad debido a las posibilidades que permite para la generación de un diálogo bidireccional entre actores sociales. El objetivo de esta investigación es conocer cómo se producen este tipo de interacciones en esta plataforma digital por parte las mujeres políticas iberoamericanas «del cambio», así como evaluar las menciones por atribuciones de responsabilidad política realizadas. Estas actoras emergen del activismo y acceden a la política institucional como portavoces de la transformación social. La metodología se basa en la aplicación de la técnica del análisis de contenido que combina una dimensión cuantitativa junto a otra de naturaleza cualitativa, focalizada en el análisis crítico del discurso. Los resultados demuestran el predominio de dos usos en las estrategias comunicativas de las mujeres política estudiadas en relación con la interactividad dialógica. Por un lado, el uso de menciones se orienta hacia la crítica al adversario mientras que, por otro, se focaliza hacia la monitorización y fiscalización del poder político.

Palabras clave: X/Twitter; medios sociales; comunicación política; mujeres políticas; interacción; responsabilidad política.

Abstract: X/Twitter is one of the fundamental tools in the communication strategy of political actors today due to the possibilities it allows for the generation of a two-way dialogue between social actors. The objective of this research is to know how this type of interactions occurs on this digital platform by Ibero-American political women "of change", as well as to evaluate the mentions of political responsibility attributions made. These actors emerge from activism and access institutional politics as spokespersons for social transformation. The methodology is based on the application of the content analysis technique that combines a quantitative dimension with another of a qualitative nature, focused on critical discourse analysis. The results demonstrate the predominance of two uses in the communicative strategies of the political women studied in relation to dialogic interactivity. On the one hand, the use of mentions is oriented towards criticizing the adversary while, on the other, it is focused on the monitoring and control of political power.

Keywords: X/Twitter; Social Media; Political Communication; Political Women; Interaction; Political Responsibility.



Para citar este trabajo: Pepe-Oliva, R. y Casero-Ripollés, A. (2025). Las mujeres políticas del «cambio» en X: crítica al adversario y monitorización del poder. *index.comunicación*, 15(1), 319-344. <https://doi.org/10.62008/ixc/15/Lasmuj>

1. Introducción

En el contexto de la comunicación política digital, las ventajas de X (antes Twitter) como herramienta de diálogo bidireccional permite a sus usuarios, además de interactuar de forma directa, ser parte en los asuntos públicos. Esta plataforma se ha convertido en un nuevo medio para la deliberación de las principales cuestiones políticas y procesos democráticos que afectan a la sociedad (Chadwick, 2017; Marcos-García *et al.*, 2021). Los actores políticos tienen la posibilidad no solo de ser productores de sus propios contenidos (Jungherr *et al.*, 2020), sino también de interpelar a otros usuarios, incluyendo a la ciudadanía (Casero-Ripollés, 2018).

Esta posibilidad que tiene la ciudadanía de poder expresar en cualquier momento su parecer en términos políticos convierte a X en un espacio fundamental para cuestionar a las élites políticas, pero a su vez, expresar su propia opinión, individual o colectiva, sin apenas intermediarios ni censura (Sampeiro-Blanco & de la Fuente, 2010; Muro-Ampuero & Bach, 2019;). Al promover la participación e influencia de los ciudadanos (González-Baquero & Amores, 2024) esta plataforma digital puede ayudar a mejorar las relaciones y la democracia a través del diálogo (Pineda-Martínez & Castañeda-Zumeta, 2014).

Investigaciones previas han demostrado el potencial que permiten desarrollar los medios sociales en la comunicación política, favoreciendo la bidireccionalidad, cosa que posibilita la interacción de forma rápida y eficaz entre los partidos, sus líderes y la ciudadanía (Rodríguez-Andrés & Ureña-Uceda, 2011; Zugasti-Azagra & Pérez-González, 2015). Otras, sin embargo, han manifestado que se está utilizando como medio de difusión de la información, sin aprovechar las herramientas interactivas que ofrece para la relación con los ciudadanos (Pineda-Martínez & Castañeda-Zumeta, 2014; Alonso-Muñoz *et al.*, 2016; Gamir-Ríos *et al.*, 2022; De-Sola Pueyo & Pascual-Santisteve, 2024; Liberia-Vaya 2024) o, incluso, generando relaciones homofílicas (Israile-Turim *et al.*, 2022).

El principal objetivo de este trabajo es conocer las prácticas dialógicas interactivas que despliegan las mujeres políticas en el contexto iberoamericano, destacando, entre otras, a figuras como Ada Colau, primera alcaldesa de Barcelona, y Camila Vallejo, líder estudiantil y actual ministra de Gobierno en Chile, quienes han hecho de la transformación social el núcleo de su agenda política. En primer lugar, se indagará con qué actores sociales interactúan estas actrices políticas en X. Con ello, se busca averiguar su interés por el diálogo directo a través de esta plataforma. Asimismo, se analizará el uso de la interactividad dialógica para la atribución de responsabilidad política a través

de las menciones incluidas en las publicaciones. De esta forma, se pretende identificar nuevas estrategias comunicativas en el entorno digital.

1.1. Interacción dialógica y comunicación política en X

La evolución y transformación de la comunicación política sucedida en los últimos años está relacionada con el proceso de emergencia y posicionamiento que han tenido las tecnologías digitales y los medios sociales. Se han producido cambios, no solo en las maneras de relacionarse entre los actores, permitiendo una actuación más directa en las cuestiones públicas, creando canales directos de comunicación y de interacción con los actores políticos, sino también en el rol de los medios de comunicación tradicionales (Zugasti-Azagra & Pérez-González, 2015).

El panorama comunicativo digital es mucho más competitivo que el existente en décadas anteriores, caracterizándose por la aparición de nuevas formas de participación en los procesos democráticos (Chadwick, 2017). Hoy en día cualquier actor puede asumir un papel más activo dentro de proceso de la comunicación política (Marcos-García *et al.*, 2017). Con ello, se redefine la relación asimétrica entre los distintos actores, dando paso a un intercambio multidireccional (Castells, 2013) y dando lugar a un cambio cualitativo que puede afectar a las relaciones de poder (Subirats, 2011; Cáceres-Zapatero *et al.*, 2015), fomentar la espectacularización (Ferré-Pavia & Codina, 2022) y la personalización (Álvarez-Monsiváis, 2023).

El uso de X en la comunicación política permite el intercambio de mensajes de manera automática e instantánea (Campos-Domínguez, 2017). Este aspecto constituye una de las grandes ventajas de esta plataforma, ya que ofrece la posibilidad de establecer un diálogo con los ciudadanos, fomentando la conversación a partir de un contacto directo tecnológicamente mediado (Alonso-Muñoz *et al.*, 2016).

Las características de este medio social, tanto su inmediatez como su rapidez en la emisión y recepción de mensajes, facilitan la interacción entre los usuarios. X posibilita la bidireccionalidad de la comunicación entre instituciones, políticos y ciudadanía, fomentando un intercambio fluido en la conversación y en el debate político (Marín-Dueñas *et al.*, 2019). De este modo, actúa como un sistema que potencia las redes humanas, es decir, un entramado de personas que promueven la interconexión como un valor social (Van-Dijck, 2016). En este sentido, esta plataforma digital refuerza la conectividad entre individuos, y la interactividad permitiendo una participación activa y dinámica

y favoreciendo el diálogo político y social. Esto ha convertido a X en uno de los medios sociales de uso político por excelencia.

Sin embargo, los actores políticos están impulsando un uso conservador de esta plataforma digital. Las investigaciones previas han demostrado que están más interesados en la difusión de la información y la promoción de su agenda (Ribalko & Seltzer, 2010; Alonso-Muñoz *et al.*, 2016; Guerrero-Solé & Mas-Manchón, 2017; Marín-Dueñas *et al.*, 2019), que en generar interacciones y diálogos con el resto de actores sociales a través de X (Alonso-Muñoz *et al.*, 2016; García-Ortega & Zugasti-Azagra, 2018; Stromer-Galley, 2019; Martínez-Juan & Marqués-Pascual, 2020; Liberia-Vaya *et al.*, 2024; De-Sola-Pueyo & Pascual-Santistevé, 2024). Cuestión que ha resultado ser más algo potencial que real (Gamir-Ríos *et al.*, 2022; López-Meri & López-Rabadán, 2024).

1.2. Monitorización y atribución de responsabilidad política en X

La participación en la conversación política en X permite a los actores sociales dar visibilidad a temas o cuestiones previamente no abordadas (Campos-Domínguez, 2017). Al informar, debatir y participar libremente (Jenkins, 2006; Ceccarini, 2015), se abre, potencialmente, el abanico de temas antes invisibles, como los vinculados a la corrupción, las cuestiones sociales o las desigualdades (Jiang, 2014; Casero-Ripollés, 2015), así como asuntos relacionados con la atribución de responsabilidad política. Ahora, no solamente los medios de comunicación, sino también los partidos, los políticos y la ciudadanía puede emitir mensajes sobre juicios de valor o responsabilidad política y/o social en el contexto digital. Fomentando así el compromiso ciudadano al atender las demandas de participación política, al mismo tiempo que proporcionaba nuevas herramientas de supervisión gubernamental, accesibles para todas las personas (Sandoval *et al.*, 2023).

Dentro del proceso de la comunicación política digital, la producción, la distribución y el consumo de información tienen también impacto sobre la democracia (Casero-Ripollés & López-Meri, 2015). Permitiendo formas de fiscalizar el accionar de las instituciones públicas y abriendo la posibilidad de poner en cuestión el accionar de los actores políticos de primera línea. Esto supone la emergencia de formas de examinar el poder que van más allá de los mecanismos establecidos institucionalmente y que conectan con nuevos tipos de participación política extrarrepresentativas (Schudson, 1998), ahora no son solo espectadores, ya que tienen herramientas para poder monitorizar y controlar a los políticos, convirtiéndose también en inspectores (Pérez-Soberón, 2023). Con ello, se potencia la democracia monitorizada (Keane,

2009; Feenstra *et al.*, 2017) porque la ciudadanía adquiere la capacidad de actuar como un contrapoder capaz de denunciar las malas prácticas y los abusos de poder, exigiendo, así, responsabilidades.

Se genera, de esta forma, un contrapoder para incidir sobre el sistema político, condicionando su comportamiento, sus acciones e, incluso, sus decisiones (Castells, 2013). Las herramientas tecnológicas y la abundancia de información derivadas del entorno digital permiten a la ciudadanía abordar cuestiones en relación con la responsabilidad política en el sistema democrático, asuntos tales como transparencia, rendición de cuentas, participación y colaboración de poder político y económico.

La responsabilidad política recae sobre los representantes de los ciudadanos dentro de los órganos democráticos, especialmente, los pertenecientes a los más altos cargos. Es la obligación de rendir cuentas por parte de aquellos que ejercen la función pública. Al señalar a una persona o institución como responsable, se sostiene que ésta ha realizado, u omitido realizar algo, por lo que debe hacerse cargo y rendir cuentas políticas por ello.

La responsabilidad también se considera un factor imprescindible para que el control electoral de los gobiernos (Lago-Peñas & Lago-Peñas, 2013). Por tanto, la evaluación de la responsabilidad resulta un factor imprescindible para el sostenimiento o consolidación de las democracias contemporáneas.

2. Metodología

2.1. Objetivos

Nuestro objetivo general es analizar, de forma comparativa, las interacciones conectivas y la generación de diálogo que despliegan en X las mujeres políticas iberoamericanas «del cambio» con otros actores sociales, como medios, políticos, instituciones y ciudadanos.

Adicionalmente, se formulan dos objetivos específicos. El primero radica en examinar cómo las mujeres políticas iberoamericanas «del cambio» usan las menciones en X para entablar diálogo con otros actores sociales a través de esta plataforma. Y el segundo estriba en explorar cómo estas actrices políticas atribuyen responsabilidad política en X a través del empleo de las menciones.

2.2. Técnica de investigación y muestra

Con la finalidad de dar respuesta a los objetivos propuestos esta investigación basa su metodología en la aplicación de la técnica del análisis de contenido. Esta técnica combina una dimensión cuantitativa junto a otra de naturaleza

cualitativa focalizada en el análisis crítico del discurso (van-Dijk, 1993, 2006; Fairclough 2010).

La obtención de las publicaciones de la muestra se ha llevado a cabo a partir de la herramienta *Twitonomy Premium*. Se ha analizado el contenido de los mensajes publicados por los perfiles de X seleccionados. El análisis de cada una de las publicaciones se realizó de forma manual y no automatizada.

El período de análisis comprende la totalidad del año 2020. La muestra se ha realizado a partir de semanas alternas, empezando por la primera del mes de enero, la segunda de febrero y así sucesivamente hasta finalizar el año en diciembre. Se opta, de este modo, por un período rutinario, evitando acontecimientos políticos relevantes como, por ejemplo, campañas electorales que podrían introducir sesgos en la muestra. En total, se analizaron 1559 publicaciones.

La propuesta de este estudio se basa en los perfiles de X de mujeres políticas denominadas «del cambio» en el contexto iberoamericano. El concepto de «cambio» se refiere a una nueva manera de concebir y hacer política, entendida como un espacio de contrapoder donde se transmiten, respaldan y desafían transformaciones tanto sociales como políticas, lo que permite una reconceptualización de la ciudadanía y la democracia (Castells, 2013). Este enfoque busca cuestionar las estructuras políticas tradicionales y promover una política más inclusiva y participativa. En este contexto, las mujeres políticas «del cambio» son aquellas que se construyen discursivamente como representantes de una fuerza política renovadora, encargadas no solo de vigilar las estructuras existentes, sino también de transformarlas activamente. Estas mujeres, originarias de movimientos ciudadanos, plataformas y nuevos partidos, son vistas como agentes clave para fomentar el cambio social y político en las sociedades iberoamericanas (Pepe-Oliva & Casero-Ripollés, 2023).

La muestra de esta investigación incluye a 10 mujeres políticas de 8 países diferentes: Myriam Bregman (Argentina); Vilma Ripoll (Argentina), Camila Vallejo (Chile); Ana Erazo (Colombia); Ada Colau (España); Teresa Rodríguez (España); Martha Tagle (México); Veronika Mendoza (Perú); Marisa Matías (Portugal) y Verónica Mato (Uruguay). Su elección viene motivada, por una parte, porque se autodefinen como críticas en relación con el ejercicio tradicional de la política y como defensoras de causas vinculadas al cambio social. Además, agrega una amplia diversidad geográfica al incluir representantes de 8 países iberoamericanos. Adicionalmente, se ubican en posiciones diferenciadas dentro del eje político gobierno-oposición. Finalmente, su elección responde a un criterio histórico y político ya que todas ellas provienen de países

dónde las dictaduras militares o los regímenes autoritarios han marcado profundamente la cultura política, configurando un terreno fértil para el surgimiento de liderazgos críticos y comprometidos con el cambio y la justicia social. Estos criterios aseguran que la muestra sea representativa para aplicar un análisis comparativo y obtener resultados significativos.

2.3. Modelo de análisis

El modelo de análisis está compuesto por 3 variables para dar respuesta al primer objetivo (tablas 1 y 2) que pretende estudiar y comparar cómo las mujeres políticas iberoamericanas «del cambio» utilizan el recurso de la mención, a través de X, no solo para entablar diálogo bidireccional con otros actores, sino también para conocer el tipo de interacciones y el destinatario.

Tabla 1. *Mención y tipo*

¿Las publicaciones contienen menciones? (Si la respuesta es afirmativa se continúa rellenando la tabla)	NO		
	SÍ		
Tipo de mención	Indirecta	Directa	Mixta

Fuente: elaboración propia.

Tabla 2. *Actores mencionados en las publicaciones*

Menciona a ...	
1	Políticos en funciones de gobernar
2	Su partido, miembros de su partido o partido afín
3	El Rey, la Corona, la casa real o sus miembros
4	Políticos de la oposición
5	Ciudadanía
6	ONG, organizaciones o movimientos sociales o culturales.
7	Periodistas o medios de comunicación
8	Personalidades del deporte, la cultura o el espectáculo
9	Grandes empresas
10	Organismos internacionales: FMI, Banco Mundial, FAO, Consejo de Europa, ONU, OMS, etc.
11	Fuerzas y cuerpos de seguridad, ejército, policía y bomberos.
12	Las instituciones judiciales o sus miembros.

13	Víctimas o afectados
14	Universidades o instituciones académicas
15	Sindicatos o sindicalistas
16	Instituciones sanitarias. Médico, enfermeras y personal sanitario
17	Organismos estatales: Servicio Público de Empleo Estatal, Agencia Nacional de Hidrocarburos, Consejo Nacional De Las Mujeres. Defensor Del Pueblo De La Nación, etc.
18	Otros

Fuente: Elaboración propia.

Para responder al segundo objetivo, el modelo de análisis pretende profundizar en el contenido de las publicaciones para determinar si las menciones persiguen atribuir responsabilidades políticas. Para ello, las variables tienen en cuenta si la mención es por atribución de responsabilidad política, a quién hace referencia y el tema de la mención (tabla 3).

Tabla 3. ¿La mención de la publicación es por un asunto de responsabilidad política?¹

¿La mención de la publicación es por un asunto de responsabilidad política? (Si la respuesta es afirmativa se continúa rellenando la tabla)		NO	SI
¿A quién hace referencia?	Ella o su equipo		
	Su partido		
	Gobierno		
	Oposición		
	Instituciones nacionales (judicial, sindical, policial, universidades, sanitarias etc.)		
	Organismos/instituciones internacionales		
	Otros		
Tema de la mención	Descripción		
No dar explicaciones públicas	Publicaciones en que la actora política recrimina a otros políticos, Gobierno u oposición que no se responda o explique por sus decisiones en sede parlamentaria.		

¹ Se contabilizaron también las publicaciones que estaban mencionados los actores políticos de forma indirecta o de tipo mixto (como se detalló más arriba). Es decir, aquellos que se menciona su apellido o nombre completo.

Rendición de cuentas	Publicaciones en el que la actora política hace referencia a prácticas de transparencia económicas, fiscalización de cuentas públicas o un control transparente de fondos.
Amenaza para el deterioro de la democracia	Publicaciones en los que la actora política hace denuncia, llamamiento a luchar contra la corrupción. Se denuncia la influencia clientelista y el abuso de poder. Publicaciones de denuncia o crítica sobre leyes o decretos en detrimento de la población.
Falta de preparación para su cargo o cargos ilícitos	Publicaciones en los que la actora política denuncia el nombramiento de cargos públicos no acordes a la función por la que fueron elegidos, fundamentalmente por su falta de competencia para asumir dicha función, o por no reunir los méritos y la experiencia adecuados a las tareas a desempeñar.
No tomar decisiones a tiempo	Publicaciones en lo que la actora política critica o denuncia la responsabilidad política por no tomar decisiones a tiempo o con la rapidez que el problema requería. Así como acelerar procesos que requerían más tiempo para su ejecución.
Cuestiones temáticas de políticas públicas	Publicaciones en los que se aborden temáticas de políticas públicas vinculadas a la responsabilidad política tales como como los derechos humanos, la ecología, temas sociales, educación, la economía, los problemas sanitarios (Covid-19), etc.
Actuaciones de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad	Publicaciones en los que las actoras políticas exijan responsabilidad por las actuaciones o funciones de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad.
Otros	Publicaciones que no correspondan a ninguna de las cuestiones anteriores.

Fuente: Elaboración propia.

3. Resultados

3.1. Nuevas tecnologías, antiguas dinámicas: interacciones con otros actores sociales

Todas las actoras políticas analizadas realizaron una gran cantidad de menciones, superando en más del 67 % de los mensajes el uso de este recurso interactivo. Según los datos analizados (tabla 4), el uso de la mención dentro del

mensaje de las publicaciones se utiliza con frecuencia y en gran cantidad de veces. Superan la media (57,25 %), Erazo (67,58 %), Vallejo (61,21 %), Matías (61,02 %) y Colau (57,82 %). Aunque el resto de las actoras no supera la media, hemos de destacar los altos porcentajes presentes en todos los perfiles. Esto pone de manifiesto un uso generalizado de esta funcionalidad en su estrategia comunicativa en X.

Tabla 4. ¿Hay interacción en la publicación?

Política	Sí	No
Colau	57,82 %	42,18 %
Rodríguez	57,14 %	42,86 %
Matias	61,02 %	38,98 %
Bregman	56,05 %	43,95 %
Ripoll	56,62 %	43,38 %
Vallejo	61,21 %	38,79 %
Mato	52,31 %	47,69 %
Mendoza	53,85 %	46,15 %
Erazo	67,58 %	32,42 %
Tagle	48,94 %	51,06 %
Media	57,25 %	42,75 %

Fuente: elaboración propia.

Lo que difiere en cada una de las estrategias comunicativas de las políticas analizadas es la forma en la que se realiza la interacción. Porque como se puede leer, se han detectado tres tipos de interacción: directa, indirecta o mixta (tabla 5). Observando esta cuestión, se puede destacar que se aprecia muy poca diferencia entre las medias de utilización de mención directa (41,30 %) y de la indirecta (47,25 %), que tiene un ligero predominio. En cambio, el uso de la mención mixta es mucho más baja (11,45 %).

Tabla 5. Tipo de menciones

Política	Indirecta	Directa	Mixta
Colau	47,06 %	51,76 %	1,18 %
Rodríguez	48,00 %	42,00 %	10,00 %
Matias	61,11 %	22,22 %	16,67 %
Bregman	45,26 %	30,53 %	24,21 %
Ripoll	48,05 %	44,16 %	7,79 %

Vallejo	66,41 %	27,48 %	6,11 %
Mato	52,94 %	32,35 %	14,71 %
Mendoza	37,14 %	48,57 %	14,29 %
Erazo	11,49 %	77,70 %	10,81 %
Tagle	55,07 %	36,23 %	8,70 %
Media	47,25 %	41,30 %	11,45 %

Fuente: Elaboración propia.

La interacción directa se produce cuando en el mensaje se cita a un actor empleando el recurso de la mención (@usuario) propio de X. Erazo (77,70 %), es la política que mayoritariamente ha recurrido a esta vía, también presentan porcentajes significativos Colau (57,76 %) y Mendoza (48,57 %). Este tipo de recurso convierte a la comunicación política de la actora es una estrategia más dialógica, abierta y participativa. Al apelar a este recurso, quiere darse visibilidad, permite interactuar generando preguntas, respuestas o comentarios de los actores mencionados. Ya que, al mencionarlo con su nombre de usuario dentro de la red, este recibirá notificación en sus menciones y podrá responder (si así lo desea).

La mención indirecta se refiere a la cita de un actor sin emplear el recurso de la mención (@usuario), sino que se le identifica con su nombre y/o apellidos, cargo o función. Recurren mayoritariamente a este tipo de práctica Vallejo (66,41 %), Matias (61,11 %), Tagle (55,07 %), Mato (52,94 %), Rodríguez (48,00 %), Vila Ripoll (48,05 %) y Bregman (45,26 %).

Esta forma de interacción no tiene una intención dialógica ni confrontativa, sino más bien la de lanzar consignas que sean escuchadas por sus seguidores o como un canal de crítica. El nombre del actor mencionado es secundario dentro del mensaje, ya que lo que se pretende no es generar un diálogo, sino más bien expresar críticas, dar contraargumentos o demostrar una visión diferente a la que expresa el actor citado. Como evidencian los resultados, las mujeres políticas analizadas que mantienen una línea narrativa muy crítica con sus gobiernos o sus opositores asumen un notable protagonismo en esta categoría.

Finalmente, la interacción mixta, cuando se cita a más de un actor, pero en unos casos se emplea el recurso de la mención (@usuario) y en otros se los cita de forma indirecta, es el recurso menos utilizado por las políticas analizadas. Bregman es quién más utiliza este recurso (24,21 %), mientras Colau es quién menos (1,18 %).

Con respecto a la cantidad de menciones predomina una mención por mensaje (tabla 6). En este caso, quien más emplea esta estrategia es Mato (con un 82,35 % del total). A diferencia de ello, los perfiles de Bregman y Erazo son los que utilizan el recurso de la mención múltiple dentro de un mismo mensaje, donde en una publicación hay dos o más menciones, llegando a suponer esto más de 47 % de sus publicaciones. En un segundo plano en la utilización de las menciones múltiples, se sitúan Vallejo y Matias con más del 33 % y Rodríguez, Tagle, Ripoll con más del 28 % del total.

Al no utilizar mayoritariamente el recurso de la mención directa, la fuerza de la multitud de apelaciones a actores queda diluida dentro del contenido de las publicaciones. Cabe destacar que Erazo es de las políticas analizadas que, además de recurrir con frecuencia a la mención múltiple, usa más las menciones directas. Podemos deducir que, con ello, no sólo pretende entablar diálogo con otros actores, sino también buscar visibilidad o hacerse eco de las problemáticas o debates que plantea en sus publicaciones.

Tabla 6. Cantidad de menciones en las publicaciones de las líderes

Política	1	2	3	4	5 o más
Colau	75,29 %	11,76 %	10,59 %	2,35 %	
Rodríguez	68,00 %	23,00 %	6,00 %	3,00 %	
Matias	66,67 %	19,44 %	11,11 %	2,78 %	
Bregman	52,63 %	30,53 %	12,63 %	4,21 %	
Ripoll	71,43 %	20,78 %	6,49 %		1,30 %
Vallejo	66,41 %	26,72 %	6,11 %	0,76 %	
Mato	82,35 %	11,76 %	5,88 %		
Mendoza	77,14 %	11,43 %	8,57 %	2,86 %	
Erazo	52,03 %	25,00 %	8,78 %	6,08 %	8,11 %
Tagle	69,57 %	24,64 %	4,35 %	1,45 %	

Fuente: Elaboración propia.

Si bien las políticas analizadas mencionan a una gran cantidad de actores de distinta naturaleza (tabla 7), la mayoría centran su comunicación política digital en cinco grandes tipos de actores: a) los políticos que ocupan el gobierno; b) su partido o partidos afines; c) los partidos de la oposición; d) los periodistas y medios de comunicación; e) y, en menor medida, las organizaciones sociales o sin ánimo de lucro. Esto evidencia que, a pesar de las grandes posibilidades dialógicas que permite establecer X, en la totalidad de políticas estudiadas, la interacción con la ciudadanía está muy por debajo de la genera-

da hacia otros actores. Esto revela la escasa presencia otorgada a la ciudadanía por las mujeres políticas analizadas. Esto da continuidad a una estrategia convencional más típica de la comunicación tradicional y sus actores, en la cual los políticos interactúan con otros políticos, personalidades y/o periodistas o medios de comunicación dejando de lado a la ciudadanía. Colau es la actora que, si bien presenta un porcentaje mayoritario de menciones que se incluyen en estas categorías, registra mayor cantidad de menciones a la ciudadanía en sus publicaciones, llegando al 10,85 % del total (tabla 7). El resto de las mujeres políticas estudiadas se sitúan por debajo de ese porcentaje.

Tabla 7. Principales actores mencionados

Actora	Políticos	Su partido o afín	Periodista o MMCC	Oposición	Org. Social	Ciudadanos	Otros
Colau	14,73 %	20,16 %	0,78 %	8,53 %	10,85 %	10,85 %	34,11 %
Rodríguez	20,14 %	36,11 %	9,03 %	11,11 %	0,00 %	2,78 %	20,83 %
Matias	2,00 %	30,00 %	8,00 %	6,00 %	8,00 %	6,00 %	40,00 %
Bregman	17,81 %	6,56 %	28,12 %	9,38 %	1,88 %	0,94 %	35,31 %
Ripoll	33,33 %	19,44 %	10,19 %	6,48 %	0,93 %	2,78 %	26,85 %
Vallejo	50,80 %	7,49 %	4,28 %	6,95 %	2,67 %	4,28 %	23,53 %
Mato	22,73 %	50,00 %	4,55 %	0,00 %	2,27 %	2,27 %	18,18 %
Mendoza	20,41 %	22,45 %	0,00 %	6,12 %	2,04 %	6,12 %	42,86 %
Erazo	43,14 %	12,04 %	9,03 %	2,68 %	4,68 %	3,01 %	25,42 %
Tagle	44,21 %	6,32 %	8,42 %	14,74 %	9,47 %	2,11 %	14,74 %
Media	26,93 %	21,06 %	8,24 %	7,20 %	4,28 %	4,11 %	28,18 %

Fuente: Elaboración propia.

Analizando comparativamente en los perfiles de las actoras políticas estudiadas, como ya se señaló, el principal actor que se menciona, con la media más alta (26,93 %) son los políticos que ocupan el gobierno. Destacan en este aspecto Vallejo (50,80 %), Erazo (43,14 %) y Tagle (44,21 %) que dedican un elevado porcentaje de sus menciones a estos. Estas actoras centran su estrategia comunicativa en mencionar a los gobernantes, como un modo de crítica al adversario político más que como una manera de construir diálogo o interacción. El tono de estos mensajes siempre es negativo, de alerta o amenaza, ya que se pone en duda o se cuestiona a quién se menciona.

En segundo lugar, son relevantes las menciones a miembros de su partido afín con una media más baja (21,06 %) y con una intención mucho menos

crítica, ya que las menciones de este tipo buscan dar visibilidad, apoyo o resaltar el trabajo realizado o los proyectos a proponer. Además, los mensajes se acompañan con un tono más enfático, positivo y alentador. Las mujeres políticas analizadas que superan la media en menciones a su partido afín son Mato (50 %), Rodríguez (36,11 %), Matias (30 %) y Mendoza (22,45 %).

Bregman ofrece un planteamiento diferente del resto, destaca como primera actora en menciones a periodistas y medios de comunicación (28,12%). De esta forma, da visibilidad a artículos, publicaciones o debates dentro de la prensa generalmente afín a su partido o grupo parlamentario.

3.2. Las menciones por responsabilidad política

Las actoras políticas estudiadas utilizan X para realizar menciones para atribuir responsabilidades políticas en un 44,25 % del total, aunque llegan hasta un 67,65 % en algunos casos (tabla 8). El principal destinatario es el Gobierno. También es relevante la recurrencia para responsabilizar a terceros por cuestiones de políticas públicas, especialmente en gestión y protocolos de la pandemia COVID-19 y el bajo porcentaje en menciones de responsabilidad propia. Esto puede relacionarse con un escaso nivel de autocrítica presente en la estrategia comunicativa de la mayoría de las políticas analizadas.

Tabla 8. ¿La mención de la publicación es por un asunto de responsabilidad política?

Política	Sí	No
Colau	20,00 %	80,00 %
Rodríguez	37,00 %	63,00 %
Matias	30,56 %	69,44 %
Bregman	37,89 %	62,11 %
Ripoll	55,84 %	44,16 %
Vallejo	62,60 %	37,40 %
Mato	23,53 %	76,47 %
Mendoza	67,65 %	32,35 %
Erazo	52,38 %	47,62 %
Tagle	55,07 %	44,93 %
Media	44,25 %	55,75 %

Fuente: elaboración propia.

Comparando entre los distintos perfiles, es Mendoza (67,65 %) quién más utiliza el recurso de la mención por responsabilidad política (tabla 8).

Igual que muchas de las actrices analizadas, el Gobierno nacional (43,48 %) es el blanco de sus señalamientos, especialmente el presidente del gobierno Martín Vizcarra o el Congreso de la Nación.

Vallejo, con un 62,60 % de menciones por responsabilidad política, emplea una estrategia similar a la de Mendoza, centrando su discurso principalmente en responsabilizar al Gobierno (68,29 %) (tabla 9). En él se incluye al presidente chileno, Sebastián Piñera, el Senado o Congreso de la Nación, aunque también a ministros. En la misma línea se sitúa Ripoll (con 55,84 % de menciones por responsabilidad política), quien señala como principal responsable al Gobierno (38,89 %), representado en las figuras del líder de la provincia de Buenos Aires, Alex Kicillof, y del jefe del gobierno de CABA, Horacio Larreta. En cuanto a las menciones por responsabilidad propia éste es el perfil que presenta un índice más bajo (2,33 %). Otra de las líderes que construye una estrategia basada en un elevado recurso a las menciones por responsabilidad política es Erazo (52,38 %). El principal actor al que hace referencia como responsable es el Gobierno (67,53 %) (tabla 9), fundamentalmente, el liderado por Iván Duque, pero también menciona al Gobierno regional de Cali, donde trabaja.

Por su otra, Tagle presenta también un grado notable de mención por responsabilidad política con un 55,07 % del total. Aunque en sus publicaciones señala al Gobierno mexicano (44,74 %), en especial el presidente López Obrador, destaca por las menciones propias que suponen un 21,05 % del total. Sin embargo, más que a la autocrítica destina estas menciones a justificar o explicar sus iniciativas políticas o legales. Esta estrategia, similar a la usada por Vallejo o Rodríguez, más que a rendir cuentas se orienta hacia la autojustificación.

Tabla 9. Actores a quien se atribuye la responsabilidad política

Política	Gobierno	Oposición	Instituciones	Propia	Org. internac.	Otros
Colau	41,18 %	29,41 %	5,88 %	11,76 %	11,76 %	
Rodríguez	48,65 %	21,62 %	18,92 %	10,81 %		
Matias	9,09 %				81,82 %	9,09 %
Bregman	38,89 %	25,00 %	29,17 %	5,56 %	1,39 %	
Ripoll	62,79 %	6,98 %	18,60 %	2,33 %	4,65 %	4,65 %
Vallejo	68,29 %	6,10 %	12,20 %	13,41 %	0,00 %	
Mato	75,00 %			25,00 %		
Mendoza	43,48 %	13,04 %	34,78 %	8,70 %		
Erazo	67,53 %	7,79 %	11,69 %	11,69 %		1,30 %

Tagle	44,74 %	15,79 %	18,42 %	21,05 %		
Media	49,96 %	12,57 %	14,97 %	11,03 %	9,96 %	1,50 %

Fuente: elaboración propia.

Por último, como caso diferencial en cuanto al uso de las menciones por responsabilidad política destaca Matías. Esta actora usa el 81,82 % de este tipo de menciones para referirse a organizaciones internacionales y sólo un 9,09 % para interpelar al Gobierno (tabla 9). El hecho que sea miembro del Parlamento Europeo explica esta estrategia comunicativa claramente diferente respecto al resto de mujeres políticas analizadas.

En cuanto a los motivos por los que se atribuye responsabilidad política, sobresalen dos cuestiones sobre el resto (tabla 10). Por una parte, se trata de los aspectos que tienen relación con las temáticas de políticas públicas, siendo esta la categoría que obtiene la media más alta (64,74 %). En segundo lugar, destacan las referencias a cuestiones que pueden amenazar o deteriorar el proceso democrático (19,64 %). A mucha distancia y con un porcentaje de presencia menor, se encuentran las actuaciones de las fuerzas y cuerpos de seguridad (5,55 %). Esta categoría es empleada fundamentalmente en los mensajes de las actoras políticas latinoamericanas. Por último, se observan referencias más bajas a otros asuntos tales como la rendición de cuentas (4,02 %), el hecho de no tomar decisiones a tiempo (2,47 %), no dar explicaciones públicas (2,25 %), la falta de preparación para un cargo (1,14 %) y otros aspectos (0,27 %).

Tabla 10. Media de causas o motivos de apelación a la responsabilidad política

Causa o motivo	Media
Cuestiones de políticas públicas	64,74 %
Amenaza para el deterioro de la democracia	19,64 %
Actuaciones de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad	5,55 %
Rendición de cuentas	4,02 %
No tomar decisiones a tiempo	2,47 %
No dar explicaciones públicas	2,25 %
Falta de preparación para su cargo o cargos ilícitos	1,14 %
Otros	0,27 %

Fuente: elaboración propia.

El análisis de los datos permite observar que el eje cuestiones temáticas de políticas públicas destaca (tabla 10) con la media más alta (64,74 %) dentro

de la atribución por responsabilidad política a terceros. Tres son las temáticas fundamentales que son abordadas con reiteración en la mayoría de los perfiles.

En primer lugar, la crisis sanitaria del COVID-19 y sus protocolos, las ayudas económicas o los recortes presupuestarios sufridos en la sanidad pública aparece en todos los perfiles sin excepción. En segundo lugar, las cuestiones de medioambiente, ecología y cuidado de los entornos naturales. Finalmente, también sobresale la cuestión de la inmigración o los refugiados. Sin embargo, destaca el señalamiento de problemáticas relacionadas con la educación, el género, los derechos humanos, la vivienda y el desempleo.

El análisis de los motivos por los que se atribuyen las menciones de responsabilidad política por parte de las políticas estudiadas permite observar que Mato, Ripoll y Matias son quienes presentan un mayor recurso a las cuestiones de políticas públicas, con porcentajes superiores al 72 % (tabla 11).

La atribución de responsabilidad política vinculadas al deterioro de la democracia es la segunda categoría que más mensajes genera con una media de 19,64 % (tabla 10). Tagle y Mendoza son quienes presentan porcentajes más altos, superiores al 34 %, en los aspectos relacionados con el deterioro de la democracia (tabla 11). La primera aborda, entre otras cuestiones, el deterioro de la justicia mexicana y la corrupción enquistada en la política de este país. Por su parte, Mendoza centra sus mensajes en la necesidad de una justicia peruana transparente que evite corrupciones.

Finalmente, algunas actrices políticas atribuyen responsabilidad a partidos y opositores como amenazas a la democracia. Otro aspecto incluido dentro de las menciones por responsabilidad política relacionadas con las amenazas para la democracia son las dictaduras. Así, Vallejo acusa al Gobierno chileno y reclama transparencia en la investigación del pasado dictatorial chileno. Otra cuestión presente en sus mensajes es la elección de algunos miembros del Ejecutivo con un pasado ligado a la dictadura de Pinochet.

Tabla 11. Causas o motivos de atribución de responsabilidad por actora política

Causa/ Motivo	Colau	Rodríguez	Matias	Bregman	Ripoll	Vallejo	Mato	Mendoza	Erazo	Tagle
No dar explicaciones públicas		8,11 %		2,78 %		1,22 %			7,79%	2,63 %
Rendición de cuentas		10,81 %	18,18 %	1,39 %		1,22 %			8,57%	
Amenaza para el deterioro de la democracia	23,53 %	24,32 %	9,09 %	19,44 %	2,33 %	23,17 %	12,50 %	34,78 %	10,39 %	36,84%

Falta de preparación para su cargo o cargos ilícitos		2,70 %			2,33 %	2,44 %			1,30 %	2,63 %
No tomar decisiones a tiempo	5,88 %			1,39 %		6,10 %		8,70 %	2,60 %	
Cuestiones temáticas de políticas públicas	70,59 %	51,35 %	72,73 %	58,33 %	79,07 %	65,85 %	87,50 %	52,17 %	57,14 %	52,63 %
Actuaciones de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad				16,67 %	16,28 %			4,35 %	12,99 %	5,26 %
Otros		2,70 %								

Fuente: elaboración propia

4. Conclusiones y discusión

Esta investigación ha permitido obtener seis hallazgos novedosos en relación con el uso de X como mecanismos de diálogo e interacción bidireccional con otros actores por parte de las mujeres políticas iberoamericanas «del cambio».

Nuestro primer hallazgo tiene que ver con la detección de tres tipos de menciones: directas, indirectas y mixtas. Sobresale el empleo de la mención indirecta. Este tipo de interacción no tiene una intención dialógica ni confrontativa, sino más bien pretende lanzar consignas que sean escuchadas por sus seguidores o actuar como un mecanismo de crítica a los terceros que son citados. Esto implica que las políticas estudiadas usan las interacciones en X no para generar conectividad y diálogo con otros actores sociales sino para diseminar sus ideas y propuestas políticas y, especialmente, para potenciar la crítica al adversario. Este último aspecto plantea una innovación respecto a las investigaciones previas (Ribalko & Seltzer, 2010; Alonso-Muñoz *et al.*, 2016; Guerrero-Solé & Mas-Manchón, 2017; Marín-Dueñas *et al.*, 2019), ya que aquí se detecta una estrategia comunicativa novedosa orientada hacia la negatividad que transforma el diálogo en una fórmula unidireccional de ataque a terceros.

En este sentido, un segundo hallazgo revela que la mayoría de las mujeres políticas iberoamericanas «del cambio» analizadas centran su interacción en X en tres grandes tipos de actores: los políticos de Gobierno, sus partidos afines y la oposición. A mayor distancia se sitúan los periodistas y los medios.

A pesar de las posibilidades dialógicas que permite establecer X, en la totalidad de los perfiles de las actoras políticas estudiadas, la ciudadanía registra cifras muy bajas o nulas. En consecuencia, las mujeres políticas analizadas realizan un bajo uso del potencial que brinda esta red social como instrumento para fomentar la comunicación directa con la ciudadanía. Este resultado está en consonancia con investigaciones anteriores (Coleman & Blumler, 2009; Cioni & Marinelli, 2010; Jackson & Lilleker, 2011; Bentivegna, 2012; Grussel & Nord, 2012; Alonso-Muñoz *et al.*, 2016) y refuerza, por lo tanto, esta tendencia de escasa interacción con la ciudadanía.

Un tercer hallazgo establece que las mujeres políticas iberoamericanas «del cambio» usan con intensidad X para realizar menciones que atribuyen responsabilidad política a otros actores sociales. Nuevamente, esta estrategia comunicativa no tiene la intención de confrontar, o establecer un diálogo, con el destinatario de la mención, sino que persigue el objetivo de conseguir visibilidad a través de crítica al adversario o mediante una personalización negativa. La literatura previa había detectado un comportamiento similar en el caso de los partidos políticos durante la campaña electoral (López-Meri *et al.*, 2017; Marcos-García *et al.*, 2021). Sin embargo, aquí demostramos que esta dinámica también es usada por actoras vinculadas al activismo y en períodos políticos rutinarios.

Un cuarto hallazgo determina que, si bien existe una fuerte presencia de las menciones asociadas a la responsabilidad política dirigidas a terceros, el cuestionamiento y replanteamiento de las prácticas propias o de su grupo y/o partido son muy bajas en el caso de las actoras políticas analizadas. Por ello, el nivel de autocrítica presente en la estrategia comunicativa en X de las mujeres políticas iberoamericanas «del cambio» es casi inexistente. Reforzando esto, la responsabilidad política pareciera estar fuera de su accionar y solamente incumbe y afecta a los «otros». Esto revela que el uso de esta plataforma digital se orienta más a la ratificación de sus posturas, a la autojustificación y al señalamiento de los rivales que al debate y la conversación, por un lado, y al impulso de una autorenunciación de cuentas de sus propios comportamientos (Iranzo-Cabrera & Casero-Ripollés, 2023), por otro.

En quinto lugar, nuestros resultados evidencian que el eje gobierno-oposición incide en el uso de la mención por atribución de responsabilidad política. Las actoras políticas analizadas más cercanas al poder institucional y al gobierno son quienes menos utilizan este recurso. Al ser responsables directas de las medidas adoptadas, la atribución por responsabilidad política a terceros en estas actoras es muy baja. El caso más paradigmático lo representa

Ada Colau, que no dedica casi publicaciones a responsabilizar a otros, porque ella ocupaba la alcaldía de Barcelona en el período estudiado. Al contrario, cuanto más alejadas están las mujeres políticas analizadas de la esfera institucional de la toma de decisiones, o del poder gubernamental, más fuerte es la exigencia de responsabilidad política mediante el recurso a la mención en sus perfiles de X. Ripoll, Mendoza o Vallejo son ejemplos en este sentido.

Un sexto hallazgo es que el uso de las menciones por atribución de responsabilidad política efectuado en X por las mujeres políticas iberoamericanas «del cambio» tienen un componente de monitorización cívica (Feenstra *et al.*, 2017). Es decir, este recurso se emplea para supervisar, controlar y fiscalizar la actuación política del Gobierno y las instituciones públicas. Entre las evidencias empíricas que dan soporte a esta afirmación cabe destacar, por un lado, que la mayor parte de las menciones por atribución de responsabilidad se dirigen al Gobierno y las instituciones estatales. Por otro lado, las temáticas preferentes de este tipo de interacciones en los perfiles de las políticas estudiadas son cuestiones de políticas públicas y aspectos relacionados con el deterioro democrático. Tanto la focalización en estos temas como la concentración en el Gobierno revelan esta dimensión monitorizadora que indica un uso de X en clave de rendición de cuentas hacia el poder político. En consecuencia, estas actoras políticas añaden esta modalidad de mención en esta plataforma como una nueva herramienta al repertorio de la monitorización cívica (Feenstra *et al.*, 2017).

Pese a la novedad y relevancia de los resultados obtenidos, esta investigación presenta varias limitaciones. En primer lugar, pese a su carácter representativo, la muestra de mujeres políticas analizadas es susceptible de ser ampliada en futuros estudios. En segundo lugar, este trabajo se centra en el contenido producido por las actoras estudiadas, dejando el estudio de su impacto en el público, mediante el recurso a entrevistas, encuestas o grupos de discusión, para futuras investigaciones. En tercer lugar, esta aproximación se centra en una única plataforma digital que puede ser complementada con el estudio de la actividad de estas mujeres políticas en otros medios sociales para ensanchar el alcance de los resultados alcanzados. Finalmente, como línea de futuro, esta investigación se podría ampliar con un análisis comparativo entre las estrategias de interacción impulsadas por las mujeres políticas del «cambio» frente a las puestas en práctica por los hombres políticos del «cambio».

Con todo, el análisis de las interacciones dialógicas de las mujeres políticas iberoamericanas «del cambio» en X releva la emergencia de nuevas estrategias en el empleo de esta plataforma en la comunicación política digital. La

orientación hacia la crítica al adversario, por un lado, y hacia la monitorización y fiscalización del poder político, por otro, afloran como usos novedosos que amplían los detectados por las investigaciones previas. Se trata de funciones que revelan que el empleo de los medios digitales, como X, responde a una dinámica ambivalente ya que permite combinar simultáneamente aspectos negativos, como el ataque a terceros, con otros positivos, como la defensa de la democracia.

Ética y transparencia

Agradecimientos

Los autores quieren agradecer a los revisores por sus aportaciones y al equipo editorial de la revista por su profesionalidad. Igualmente quieren agradecer a Paul Rigg por la edición del manuscrito en inglés.

Conflicto de intereses

No existe conflicto de intereses.

Financiación

Esta investigación está vinculada al proyecto de I+D con referencia PID2023-152679NB-I00 financiado por MCIN/AEI/10.13039/501100011033/ y “FEDER Una manera de hacer Europa”.

Contribuciones de los autores

Función	Autor 1	Autor 2	Autor 3	Autor 4
Conceptualización	X	X		
Curación de datos	X			
Análisis formal	X			
Adquisición de financiamiento		X		
Investigación	X			
Metodología	X	X		
Administración de proyecto		X		
Recursos		X		
Software				
Supervisión		X		
Validación		X		
Visualización	X			
Escritura - borrador original	X			
Escritura - revisión y edición	X	X		

Disponibilidad de los datos

El acceso a los datos será posible previa petición a la autora de correspondencia.

Referencias bibliográficas

- ALONSO-MUÑOZ, L.; MIQUEL-SEGARRA, S. & CASERO-RIPOLLÉS, A. (2016). Un potencial comunicativo desaprovechado. Twitter como mecanismo generador de diálogo en campaña electoral. *Obra digital: revista de comunicación*, 1(11), 39-59. <https://doi.org/10.25029/od.2016.100.11>
- ÁLVAREZ-MONSIVÁIS, E. (2023). Las historias de Instagram de Mariana Rodríguez. Análisis de su agenda y rol como primera dama. *Index. comunicación: Revista científica en el ámbito de la Comunicación Aplicada*, 13(1), 271-292. <https://doi.org/10.33732/ixc/13/01lashis>
- BENTIVEGNA, S. (Ed.). (2012). *Parlamento 2.0: strategie di comunicazione politica in Internet*, (35). Franco Angeli.
- CÁCERES-ZAPATERO, M. D.; BRÄNDLE, G. & RUIZ-SAN-ROMÁN, J.A. (2015). Hacia la construcción de una ciudadanía digital. Nuevos modelos de participación y empoderamiento a través de Internet. *Prisma Social*, (15), 643-684. <https://tinyurl.com/mu95uhbs>
- CAMPOS-DOMÍNGUEZ, E. (2017). Twitter y la comunicación política. *El profesional de la información*, 26(5), 785-793. <https://doi.org/10.3145/epi.2017.sep.01>
- CASERO-RIPOLLÉS, A. (2018). Research on political information and social media: Key points and challenges for the future. *Profesional de la información*, 27(5), 964-974. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.sep.01>
- CASERO-RIPOLLÉS, A. (2015). Estrategias y prácticas comunicativas del activismo político en las redes sociales en España. *Historia y Comunicación Social*, 20(2), 535-550.
- CASERO-RIPOLLÉS, A. & LÓPEZ-MERI, A. (2015). Redes sociales, periodismo de datos y democracia monitorizada. En F. CAMPOS-FREIRE, & J. RÚAS-ARAÚJO (Eds.). *Las redes sociales digitales en el ecosistema mediático* (pp. 96-113). Sociedad Latina de Comunicación Social.
- CASTELLS, M. (2013). *Communication power*. Oxford University Press.
- CECCARINI, L. (2015). *La cittadinanza in rete (Citizenship on the net)*. Il Mulino.
- CHADWICK, A. (2017). *The hybrid media system: Politics and power*. Oxford University Press.
- CIONI, E. & MARINELLI, A. (Eds.). (2010). *Le reti della comunicazione politica: tra televisione e social network* (Vol. 104). Firenze University Press.
- COLEMAN, S. & BLUMLER, J. G. (2009). *The Internet and democratic citizenship: Theory, practice and policy*. Cambridge University Press.

- DE-SOLA-PUEYO, J. & PASCUAL-SANTISTEVE, A. (2024). Estrategia en Twitter de los grandes partidos políticos españoles: PSOE y PP en las autonómicas de 2023. *Vivat Academia*, 157, 1-24.
<https://doi.org/10.15178/va.2024.157.e1541>
- FAIRCLOUGH, N. (2010). *Critical Discourse Analysis. The Critical Study of Language*. Routledge.
- FEENSTRA, R.; TORMEY, S.; CASERO-RIPOLLÉS, A. & KEANE, J. (2017). *Refiguring democracy: The Spanish political laboratory*. Routledge.
- FERRÉ-PAVIA, C. & CODINA, M. (2022). Narrativa de campaña en Instagram: espectáculo y autorrepresentación de candidatos. El caso de las elecciones generales 2019. *index.comunicación*, 12(1), 77-98.
<https://doi.org/10.33732/ixc/12/01narrat>
- GAMIR-RÍOS, J.; POP, A. I.; LÓPEZ-GARCÍA, G.; LLORCA-ABAD, G. & FENOLL, V. (2022). Unidireccionalidad, promoción partidista y polarización. Actividad en Twitter de los candidatos a la presidencia del Gobierno de España en las elecciones generales de 2019. *Profesional de la información*, 31(2).
<https://doi.org/10.3145/epi.2022.mar.03>
- GARCÍA-ORTEGA, C. & ZUGASTI-AZAGRA, R. (2018). Gestión de la campaña de las elecciones generales de 2016 en las cuentas de Twitter de los candidatos: entre la autorreferencialidad y la hibridación mediática. *Profesional de la información*, 27(6), 1215-1224.
<https://doi.org/10.3145/epi.2018.nov.05>
- GONZÁLEZ-BAQUERO, W. & AMORES, J.J. (2024). Política en 280 caracteres: un estudio de la opinión pública en Twitter sobre el gobierno de Gustavo Petro y Francia Márquez en Colombia. *Anuario Electrónico De Estudios En Comunicación Social "Disertaciones"*, 17(2).
<https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.13357>
- GRUSSEL, M. & NORD, L. (2012). Three attitudes to 140 characters: The use and views of Twitter in political party communications in Sweden. *Public Communication Review*, 2(2), 48-61.
<https://doi.org/10.5130/pcr.v2i2.2833>
- GUERRERO-SOLÉ, F. & MAS-MANCHÓN, L. (2017). Estructura de los tweets políticos durante las campañas electorales de 2015 y 2016 en España. *El Profesional de la información*, 26(5), 805-15.
<https://doi.org/10.3145/epi.2017.sep.03>
- IRANZO-CABRERA, M. & CASERO-RIPOLLÉS, A. (2023). Political entrepreneurs in social media: Self-monitoring, authenticity and connective democracy. The case of Íñigo Errejón. *Heliyon*, 9(2).
<https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e13262>

- ISRAEL-TURIM, V.; MICÓ-SANZ, J.L. & DIEZ-BOSCH, M. (2022). Who Did Spanish Politicians Start Following on Twitter? Homophilic Tendencies among the Political Elite. *Social Sciences*, 11(7), 292.
<https://doi.org/10.3390/socsci11070292>
- JACKSON, N. & LILLEKER, D. (2011). Microblogging, constituency service and impression management: UK MPs and the use of Twitter. *The Journal of Legislative Studies*, 17(1), 86-105.
<https://doi.org/10.4324/9781003033783-22>
- JENKINS, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. NYU Press.
- JIANG, Y. (2014). Reversed agenda-setting effects' in China. Case studies of Weibo trending topics and the effects on state-owned media in China. *The Journal of International Communication*, 20(2), 168-183.
<https://doi.org/10.1080/13216597.2014.908785>
- JUNGHERR, A.; RIVERO, G. & GAYO-AVELLO, D. (2020). *Retooling politics: How digital media are shaping democracy*. Cambridge University Press.
- KEANE, J. (2009). *The life and death of democracy*. Simon and Schuster
- LAGO-PEÑAS, S. & LAGO PEÑAS, I. (2013). La atribución de responsabilidades políticas en Estados descentralizados. *Cuadernos Económicos De ICE*, (85), 43-64. <https://doi.org/10.32796/cice.2013.85.6051>
- LIBERIA-VAYÁ, I.; SÁNCHEZ-GUTIÉRREZ, B. & HERMIDA, A. (2024). The fallacy of interactivity on Twitter: the case of Andalusian political parties in 2020. *Comunicación y sociedad*, 37(1), 167-187.
<https://doi.org/10.15581/003.37.1.167-187>
- LÓPEZ-MERI, A.; MARCOS-GARCÍA, S. & CASERO-RIPOLLÉS, A. (2017). What do politicians do on Twitter? Functions and communication strategies in the Spanish electoral campaign of 2016. *Profesional de la información*, 26(5), 795-804. <https://doi.org/10.3145/epi.2017.sep.02>
- LÓPEZ-MERI, A., & LÓPEZ-RABADÁN, P. (2024). Evolución de las funciones electorales de Telegram en la extrema derecha: El caso de Vox en España. *Revista Prisma Social*, (44), 331-358. <https://tinyurl.com/bpawntzj>
- MARCOS-GARCÍA, S.; ALONSO-MUÑOZ, L. & LÓPEZ-MERI, A. (2021). Campañas electorales y Twitter. La difusión de contenidos mediáticos en el entorno digital. *Cuadernos.info*, (48), 27-47. <https://doi.org/10.7764/cdi.48.1738>
- MARCOS-GARCÍA, S.; ALONSO-MUÑOZ, L. & CASERO-RIPOLLÉS, A. (2017). Usos ciudadanos de Twitter en eventos políticos relevantes. La #SesiónDeInvestidura de Pedro Sánchez. *Comunicación y hombre*, (13), 25-49.
<https://doi.org/10.32466/eufv-cyh.2017.13.214.25-49>

- MARCOS-GARCÍA, S.; ALONSO-MUÑOZ, L. & CASERO-RIPOLLÉS, A. (2021). The influence of the negative campaign on Facebook: The role of political actors and citizens in the use of criticism and political attack in the 2016 Spanish general elections. *Social sciences*, 10(10), 356.
<https://doi.org/10.3390/socsci10100356>
- MARÍN-DUEÑAS, P. P.; SIMANCAS-GONZÁLEZ, E., & BERZOSA-MORENO, A. (2019). Uso e influencia de Twitter en la comunicación política: el caso del Partido Popular y Podemos en las elecciones generales de 2016. *Cuadernos. info*, (45), 129-144. <https://doi.org/10.7764/cdi.45.1595>
- MARTÍNEZ-JUAN, V. & MARQUÉS-PASCUAL, J. (2020). Diferentes estrategias en Twitter de los principales líderes políticos españoles en las elecciones generales de 2019 (28A). *adComunica*, (19), 211-234.
<https://doi.org/10.6035/2174-0992.2020.19.12>
- MURO-AMPUERO, E., & BACH, C. (2019). Twitter: #agoravirtual de participación política y (re)producción de la opinión pública. *Círculo de Lingüística Aplicada a La Comunicación*, (78), 193-210.
<https://doi.org/10.5209/clac.64378>
- PEPE-OLIVA, R. & CASERO-RIPOLLÉS, A. (2023). Constructing counter-hegemony on Twitter: Discourse of Ibero-American political women of ‘change’ in the digital environment. *Profesional de la información*, 32(3).
<https://doi.org/10.3145/epi.2023.may.04>
- PÉREZ-SOBERÓN, G. (2023). El comportamiento comunicativo de los políticos españoles en Twitter. Análisis comparativo según los diferentes niveles de gobierno. *Revista Más Poder Local*, (53), 52-71.
<https://doi.org/10.56151/maspoderlocal.138>
- PINEDA-MARTÍNEZ, P. & CASTAÑEDA-ZUMETA, A. (2014). Comunicación dialógica y ciberparlamentos españoles. *Sphera Publica*, 44-63.
<https://tinyurl.com/2v2kr23v>
- RODRÍGUEZ-ANDRÉS, R. & UREÑA-UCEDA, D. (2011). Diez razones para el uso de Twitter como herramienta en la comunicación política y electoral. *Comunicación y Pluralismo*, (10), 89-115.
<https://doi.org/10.36576/summa.30573>
- RYBALKO, S. & SELTZER, T. (2010). Dialogic communication in 140 characters or less: How Fortune 500 companies engage stakeholders using Twitter. *Public relations review*, 36(4), 336-341.
<https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2010.08.004>
- SAMPEDRO-BLANCO, V. & DE-LA-FUENTE, J.R. (2010). Opinión pública y democracia deliberativa en la Sociedad Red. *Ayer. Revista de Historia Contemporánea*, (80), 139-162. <https://tinyurl.com/zdbdvwyj>

- SANDOVAL, A.; LÓPEZ, K., & ESPONDA, K. (2023). Desafíos de la democracia digital: Análisis de prácticas de participación ciudadana de estudiantes universitarios en Colombia. *Revista de Ciencias Sociales*, 29(3), 124-138. <https://doi.org/10.31876/rcs.v29i3.40702>
- SCHUDSON, M. (1998). *The good citizen: A history of American civic life*. Martin Kessler Books.
- STROMER-GALLEY, J. (2019). *Presidential campaigning in the Internet age*. Oxford University Press.
- SUBIRATS, J. (2011). *Otra sociedad ¿otra política?: De «no nos representan» a la democracia de lo común*. Icaria Asaco, 2011.
- VAN-DIJK, J. (2016). *La cultura de la conectividad: una historia crítica de las redes sociales*. Siglo XXI Editores.
- VAN-DIJK, T. (2006). Ideology and discourse analysis. *Journal of Political Ideologies*, 11(2), 115-140. <https://doi.org/10.1080/13569310600687908>
- VAN-DIJK, T. (1993). Principles of critical discourse analysis. *Discourse & Society*, 4(2), 249-283. <https://doi.org/10.1177/0957926593004002006>
- ZUGASTI-AZAGRA, R. & PÉREZ-GONZÁLEZ, J. (2015). La interacción política en Twitter: el caso de @ppopular y @ahorapodemos durante la campaña para las Elecciones Europeas de 2014. *Ámbitos. Revista internacional de comunicación*, (28), 1-14. <https://doi.org/10.12795/ambitos.2015.i28.07>