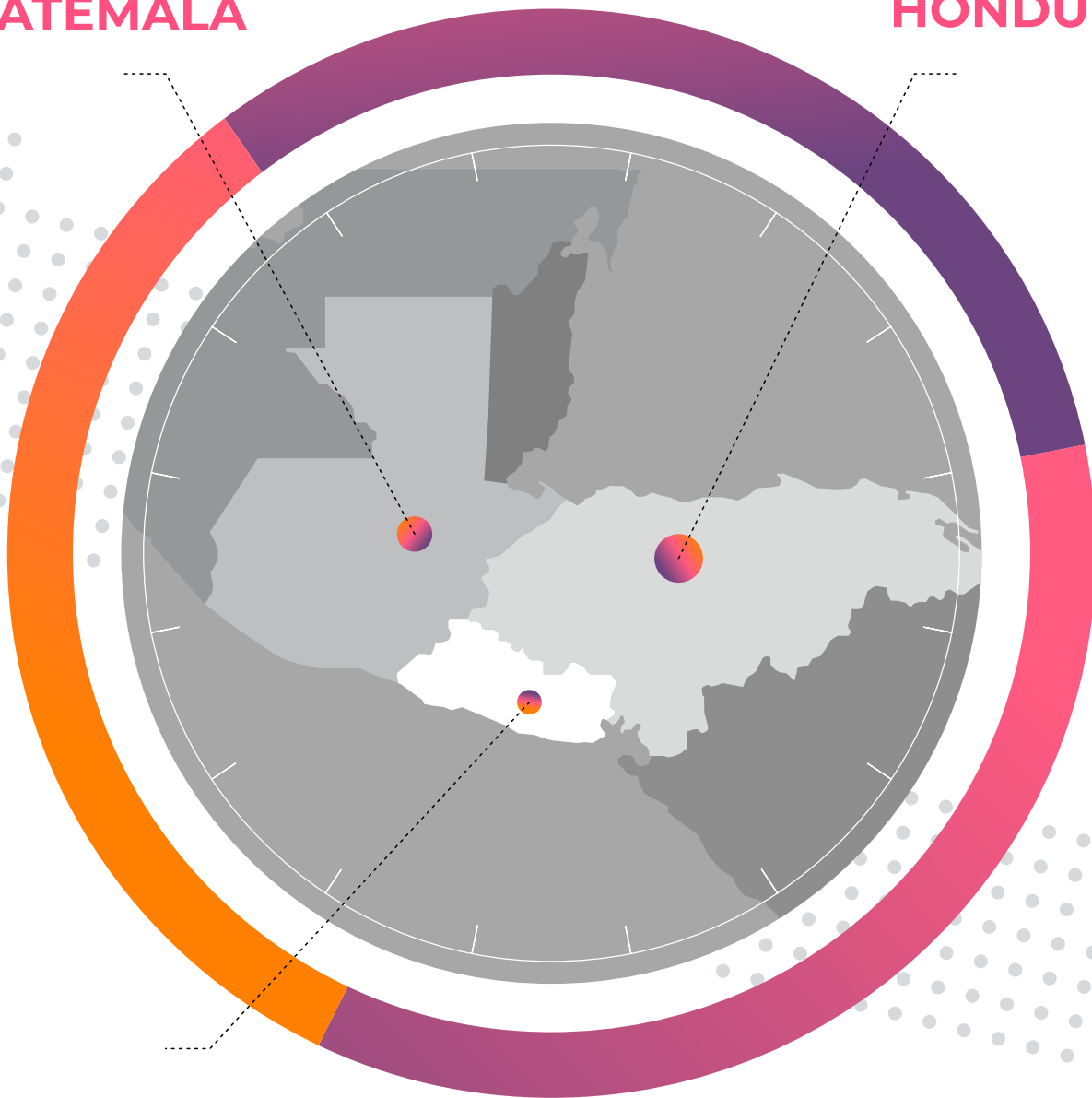


NARRATIVAS POLÍTICAS DOMINANTES Y TENDENCIAS DEMOCRÁTICAS EN REDES SOCIALES

GUATEMALA

HONDURAS



EL SALVADOR

Boletín 2.
**Análisis para los países
del norte de Centroamérica
del segundo trimestre de 2022**

INTRODUCCIÓN METODOLÓGICA

Hoy en día una de las características de la dinámica política es el uso de redes sociales como herramientas para la generación de opinión pública. Es en esta arena que las y los servidores públicos y sus seguidores y seguidoras construyen una narrativa que contribuye a definir la imagen de los gobiernos actuales. Esto marca un nuevo escenario para los procesos comunicacionales y para el análisis político.

En este sentido, la escucha social permite saber quiénes, cómo y sobre qué se conversa en las redes. Durante el segundo trimestre de 2022 (abril, mayo y junio), el NDI continuó con el análisis del comportamiento de las redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram y TikTok) para identificar patrones y principales contenidos de las narrativas políticas dominantes en El Salvador, Guatemala y Honduras.



La escucha la realiza la empresa Digital Insights¹ a través de Crimson Hexagon/Brandwatch, una plataforma de información al consumidor impulsada por inteligencia artificial. La biblioteca de datos en línea de la compañía consta de más de 1 billón de publicaciones e incluye documentos de redes sociales como Twitter, Instagram y Facebook, así como blogs, foros y sitios de noticias. La plataforma ForSight de la compañía, es un producto certificado por Twitter. La búsqueda se hace a través de términos en conjunto con operadores lógicos (Booleanos), que son alimentados en la plataforma para que esta busque todos los comentarios públicos en las redes sociales. Luego de la búsqueda, se clasifican los comentarios de acuerdo con el sentir de la comunidad, clasificación que lleva a la par una validación manual de cada uno de los comentarios para garantizar la integridad de la medición.

El estudio se circunscribe a la esfera de temas vinculados con la democracia, a través del monitoreo del contenido seleccionado y organizado en las siguientes categorías de análisis: derechos humanos, seguridad y justicia; corrupción y transparencia; y democracia y gobernabilidad. Dentro de estas dimensiones se establecieron las siguientes variables: derecho al agua, justicia transicional, derechos de la diversidad sexual, derechos de pueblos originarios, derechos sociales y económicos, reformas judiciales, reformas policiales, seguridad ciudadana, violencia en razón de género, reformas en temas de acceso a la información pública, gobierno abierto, denuncias e investigaciones en casos de corrupción, reformas constitucionales, independencia de instituciones, ataques a la prensa y organizaciones de la sociedad civil, sistema electoral y relación ejecutivo-legislativo. Para cada una de estas se elaboró un listado de palabras claves y se identificaron cuentas claves para la búsqueda de la información.

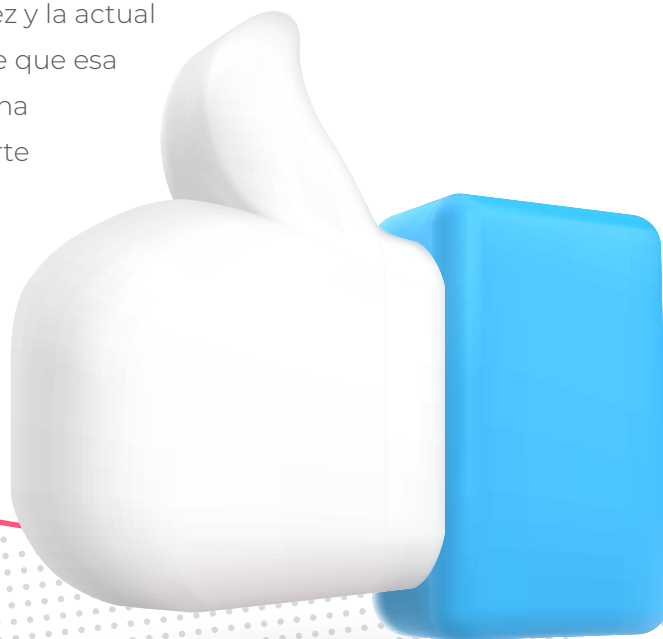
¹ Digital Insights es una empresa salvadoreña, fundada en 2014, que se especializa en el análisis de información, enfocada en la escucha en redes sociales. La empresa fue creada para captar de forma innovadora las conversaciones públicas de los usuarios en redes sociales, logrando extraer información valiosa para nuestros clientes.

¿QUIÉN Y CÓMO DOMINA LAS REDES SOCIALES?

Los procesos comunicacionales en las redes sociales son una historia de doble cara en donde la narrativa y las figuras que la difunden son igual de importantes. Quien cuenta la historia marca el tono y el ritmo de los eventos en el espacio digital. El mensaje debe ser expuesto y alimentado por una serie de actores que puedan transmitir las ideas y captar la atención del público.

Este proceso es clave en la dimensión de las redes sociales, en donde una figura fuerte puede dominar la narrativa ya sean en sentido positivo para la democracia o de retroceso para la misma. Por otro lado, la acefalía de emisores puede desaprovechar la virtud de alcance del espacio digital creando una ventana de oportunidad para la instalación de voces que construyen nuevas narrativas.

Durante el segundo trimestre de 2022, el dominio de las redes sociales en los países del norte de Centroamérica se mantiene similar a lo registrado para el primer trimestre. En Honduras la primacía digital continúa dividiéndose entre el expresidente Juan Orlando Hernández y la actual presidenta Xiomara Castro, con la precisión de que esa notoriedad no necesariamente proviene de una participación directa o activa en redes por parte del personaje en torno al cual se concentra la



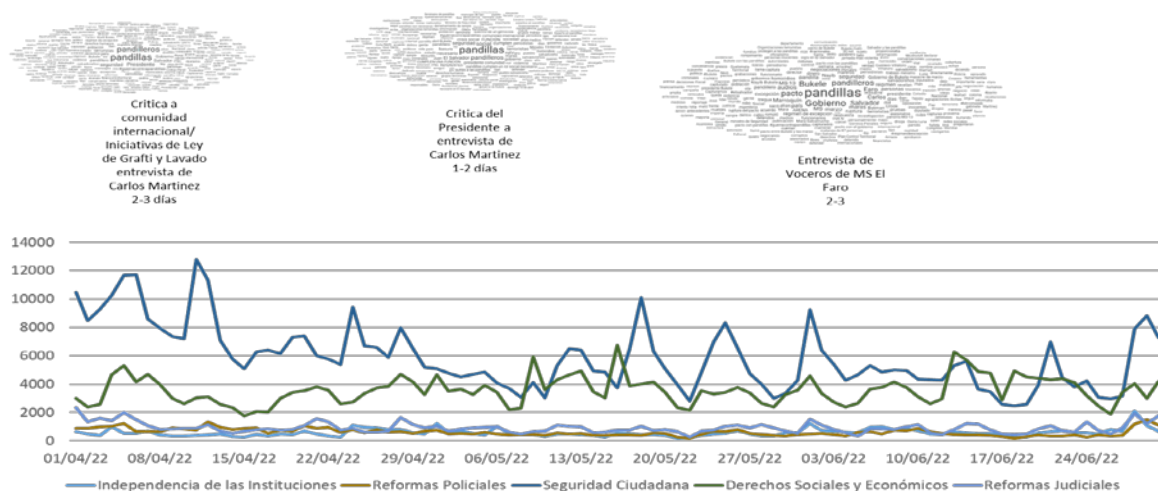
actividad digital. En El Salvador el presidente Nayib Bukele sigue siendo el único actor dominante y no se visualiza ningún competidor cercano. Y, para Guatemala, a diferencia del período anterior en donde no se identificó ninguna figura fuerte, en este trimestre el poder digital se ha compartido entre la fiscal general de la República, María Consuelo Porras y el presidente Alejandro Giammattei.

En El Salvador la narrativa impulsada por el presidente Bukele giró en torno a la variable de seguridad. La información recolectada revela como el mandatario continúa ubicándose como eje central de la conversación junto con los términos “pandillas” y “pandilleros”. Esta identificación de un tema ganador le ha permitido al gobierno construir una estrategia comunicacional que logra captar la atención del público y abona a la construcción de una imagen positiva.

Los principales momentos de la conversación dentro del trimestre (ver esquema 1) se registran dentro del tema de seguridad. Los eventos que generaron más tráfico dentro de las redes se relacionaron con acciones de crítica o defensa al establecimiento del régimen de excepción, como política pública extendida y las consecuentes violaciones de derechos humanos catalogadas por el gobierno como “margen de error”. La respuesta oficial ante los señalamientos de la oposición sobre las acciones desarrolladas en el área de seguridad ha sido un silencio absoluto, lo que ha generado una disminución del ciclo de vida de la conversación digital.

Esquema 1. Conversación y eventos de El Salvador para el segundo trimestre de 2022

Fuente: Datos generados en redes sociales. Brandwatch.

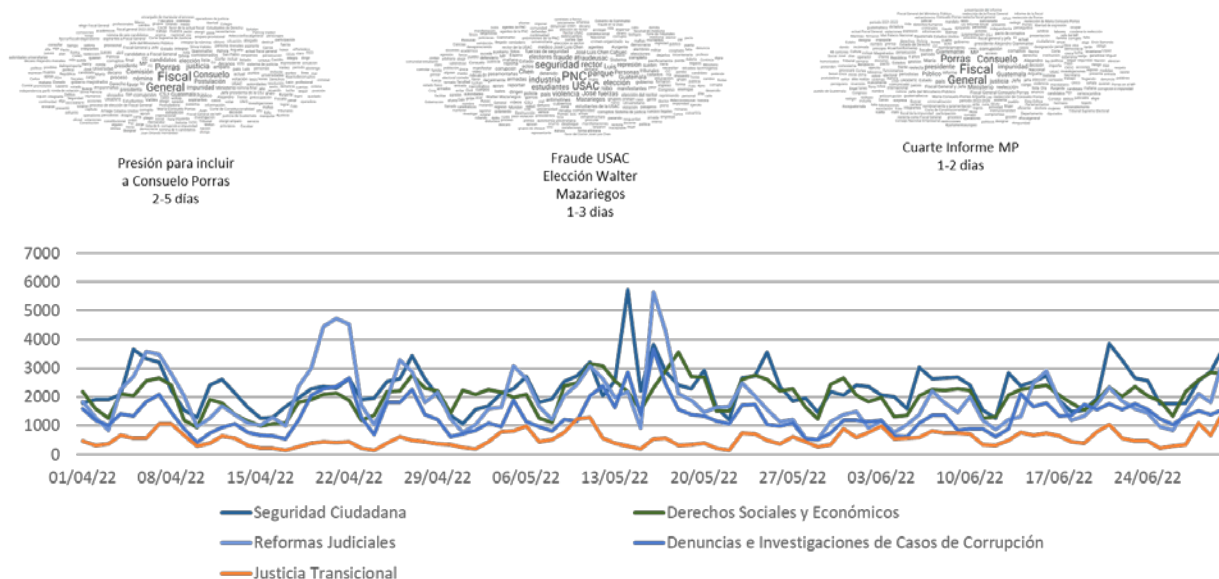


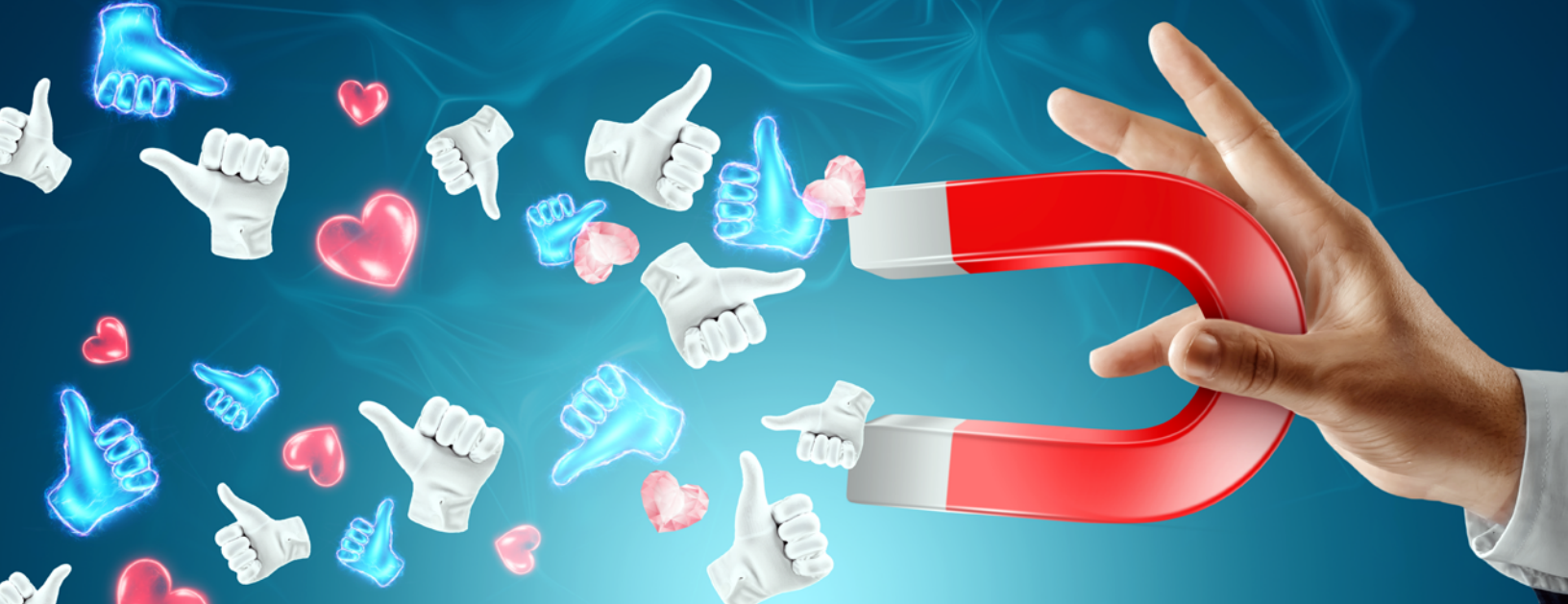
La lectura de los datos de Guatemala muestra un giro en el mapa de conversación para los meses de abril y mayo. La ausencia de una figura líder en el trimestre anterior parece haberse llenado a partir de la dinámica generada entre el Ministerio Público y la Presidencia de la República. El tamaño de la figura de la fiscal Porras dentro de la conversación ha crecido. Los principales contenidos han tenido a la Fiscal y al Presidente como su principal centro de atención. La reelección de la fiscal Porras fue el hecho que materializó esta unión. Cada uno de estos actores se encuentra en el mapa de conversación del otro y son las figuras con mayor presencia en el espacio digital analizado. En junio se observa un regreso a la ausencia de líderes que moldeen la conversación en redes sociales y nuevamente los actores, eventos y temas fuera de la esfera pública pasan a ser los puntos de discusión.

Del patrón de comportamiento entre la fiscal Porras y el presidente Giammattei se observa en el esquema 2 que los principales momentos estuvieron ligados a estos actores. De un volumen de conversación relativamente estable sobresalen los eventos referentes a la reelección de la Fiscal, marcados por las presiones y señalamientos externos sobre el proceso, y la presentación del cuarto informe de labores del Ministerio Público.

Esquema 2. Conversación y eventos de Guatemala para el segundo trimestre de 2022

Fuente: Datos generados en redes sociales. Brandwatch.



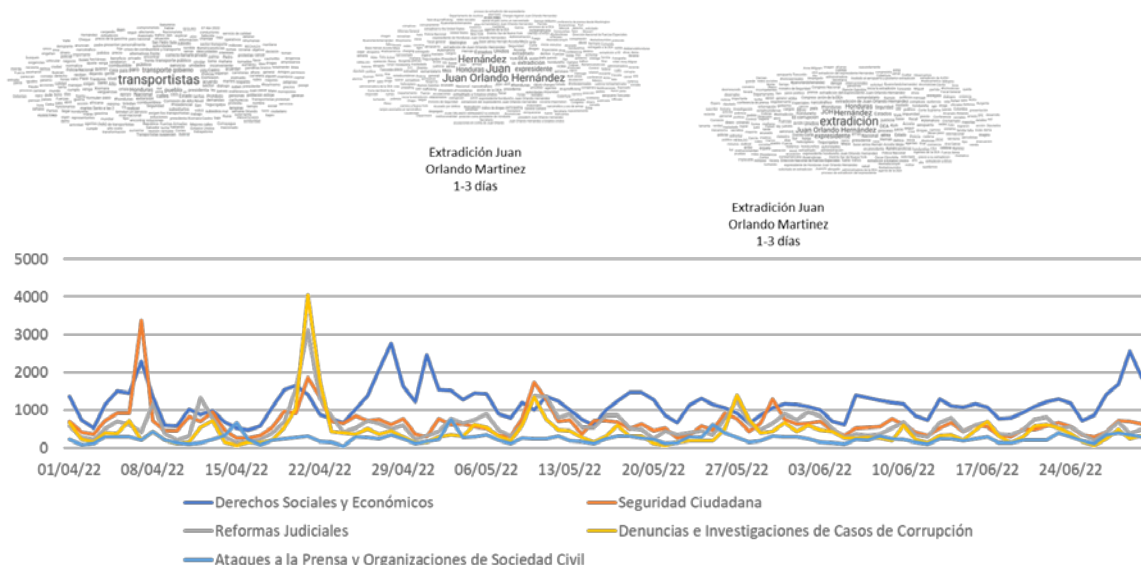


En el mapa de conversación digital de abril de Honduras se observa como el expresidente Juan Orlando Hernández fue el principal actor político, siendo su nombre mucho más importante digitalmente que el de la actual presidenta Xiomara Castro. En mayo, con el cumplimiento de los primeros 100 días de gobierno, la actual mandataria mejoró su presencia, dentro del espacio de las redes sociales. Este intercambio de posiciones confirma el patrón registrado en el trimestre anterior, con dos figuras con presencia pero que aún no logran dominar la construcción de una narrativa propia y que pelean el espacio con temas de conversación fuera de la esfera política.

Esa dualidad por el liderazgo en el mapa de conversación, de alguna forma, marcó los principales eventos para Honduras dentro del período analizado (ver esquema 3). Un ejemplo, fue la extradición del expresidente Hernández. La foto tomada al exmandatario, que formalizó su salida de Honduras, fue uno de los contenidos más virales, aunque su permanencia dentro de la conversación fue de 1 a 3 días. Los otros sucesos se asocian con la actual administración y la gestión económica.

Esquema 3. Conversación y eventos de Honduras para el segundo trimestre de 2022

Fuente: Datos generados en redes sociales. Brandwatch.



A modo de balance, de la lectura del mapa de conversación y los principales eventos del segundo trimestre de 2022 se reafirma la hegemonía del presidente Bukele dentro del control de la narrativa en las redes sociales. El seguimiento y análisis de la opinión pública se ha convertido, para el mandatario salvadoreño, en el principal orientador de sus estrategias comunicacionales que terminan traducándose al campo de las políticas públicas. Mientras tanto, los presidentes de Guatemala y Honduras no terminan de sentirse cómodos dentro del espacio digital, lo cual se ve reflejado en una presencia errática y sin impacto en términos estratégicos y comunicacionales.



¿CÓMO HA EVOLUCIONADO LA CONVERSACIÓN DIGITAL EN LOS PAÍSES DEL NORTE DE CENTROAMÉRICA?

La caracterización de la conversación digital en los países del norte de América Central permite comprender el escenario digital de las narrativas que se generan en las distintas redes sociales, en torno a temas que afectan el estado de la democracia en la subregión. El presente estudio representa un esfuerzo por visibilizar las narrativas dominantes y su influencia en la conversación digital.

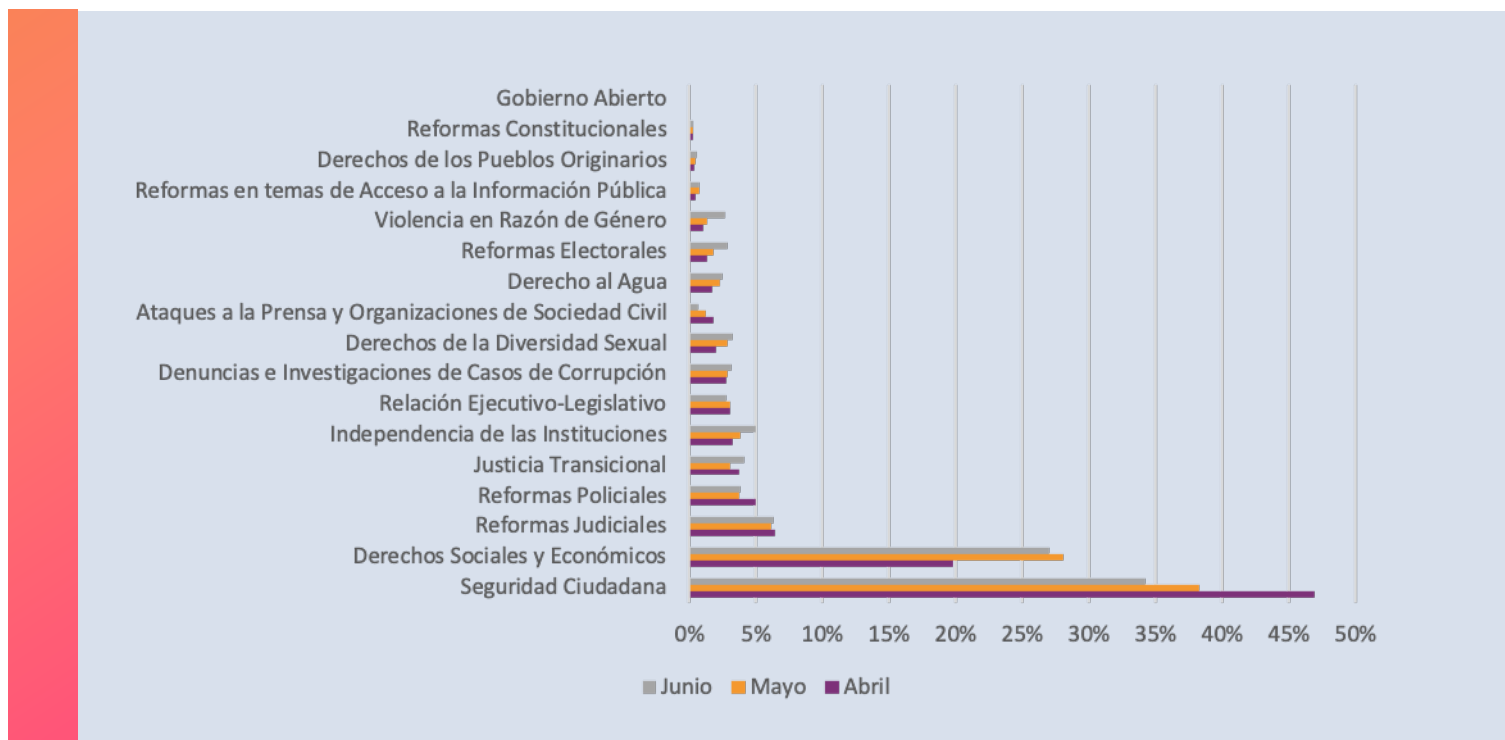
Como se puede observar en el gráfico 1, los principales temas de conversación en las redes sociales [para el período en cuestión] en **El Salvador**, se mantienen dentro de las categorías de seguridad ciudadana, derechos sociales y económicos, y reformas judiciales, categorías que también prevalecían en el trimestre anterior. En el ámbito de la seguridad, la permanencia de temas como la guerra contra las pandillas y el régimen de excepción, los posiciona como narrativas predominantes. La supresión de derechos, los abusos y las capturas ilegales son minimizados y catalogados como errores por la narrativa oficial, logrando una aceptación importante por parte de la población, debido a los resultados obtenidos.



No obstante, la popularidad del tema de seguridad parece estar minimizándose y su impacto tanto en conversación como en reputación se diluye. El país atraviesa una caída fuerte en el crecimiento económico y el decrecimiento en la creación de empleo, produciendo una crisis económica y una espiral inflacionaria, conversación que se mantiene vigente en las redes digitales. Asimismo, poco a poco se comienza a posicionar la conversación en relación con las próximas elecciones, particularmente en lo referente a mensajes sobre una posible reelección.

Gráfico 1.
Conversación por categorías en El Salvador para el segundo trimestre de 2022

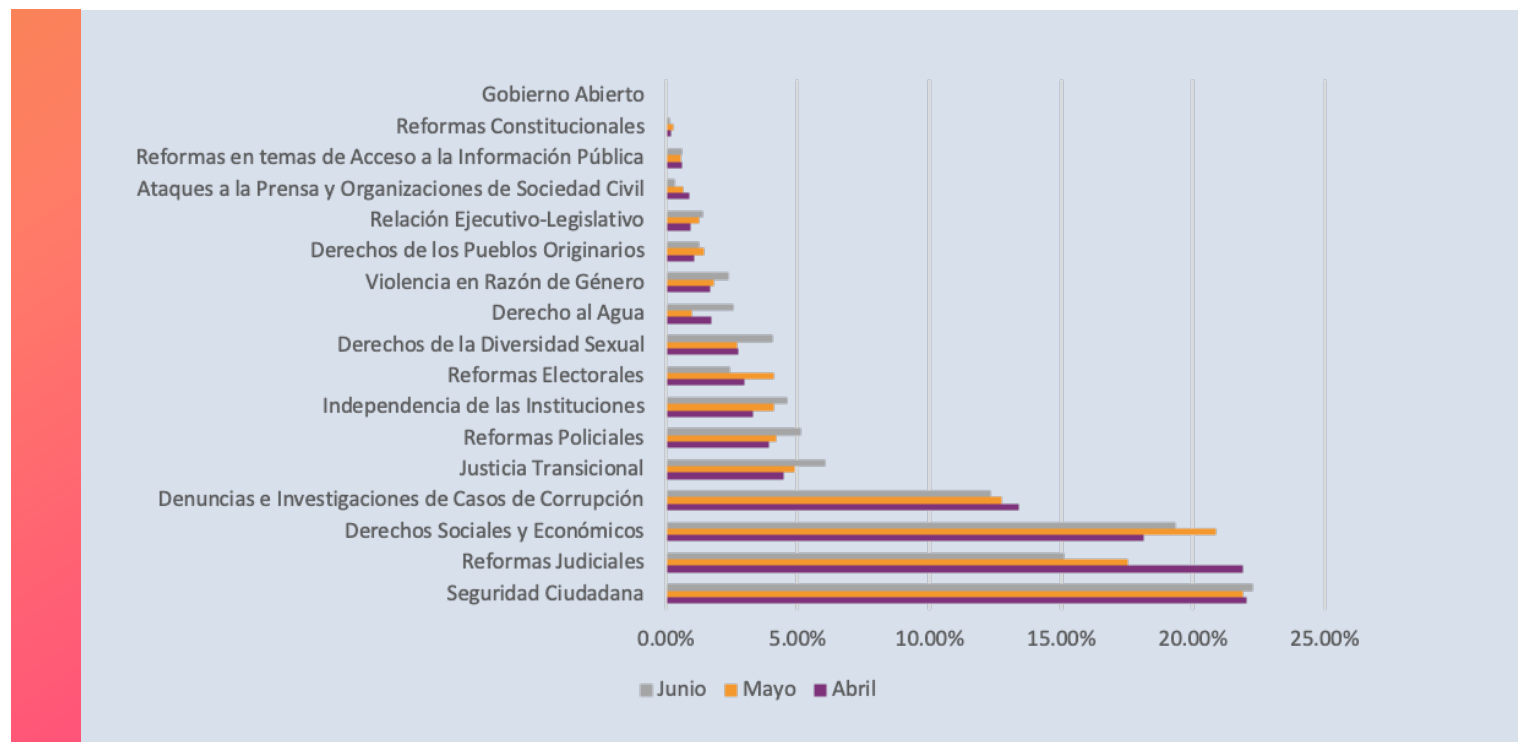
Fuente: Datos generados en redes sociales. Brandwatch.



Durante el periodo analizado, la conversación digital en **Guatemala** tomó un giro, reduciéndose el volumen de conversación en temas económicos y viralizando aquellos orientados a la seguridad y la elección de funcionarios públicos; destacan, en particular, las discusiones sobre el proceso para la reelección de la Fiscal General de la República, las denuncias de corrupción alrededor de su elección y el bajo apoyo ciudadano a su figura. Del mismo modo, el caso de la elección del rector para la Universidad de San Carlos de Guatemala (USAC) y las irregularidades presentadas durante el proceso, generaron señales de alerta sobre la capacidad eventual de repetir estos hechos en las elecciones generales del próximo año. Aun cuando el público digital sostuvo cierto nivel de desconexión con el acontecer político diario, se observa un leve incremento de conversación en materia de seguridad, el cual se encuentra ligado principalmente a un aumento en la percepción de inseguridad, como consecuencia del desplazamiento de [salvadoreños] miembros de pandillas —efecto de la política del régimen de excepción en El Salvador, que generó consecuencias para sus países vecinos—.

Gráfico 2. Conversación por categorías en Guatemala para el segundo trimestre de 2022

Fuente: Datos generados en redes sociales. Brandwatch.



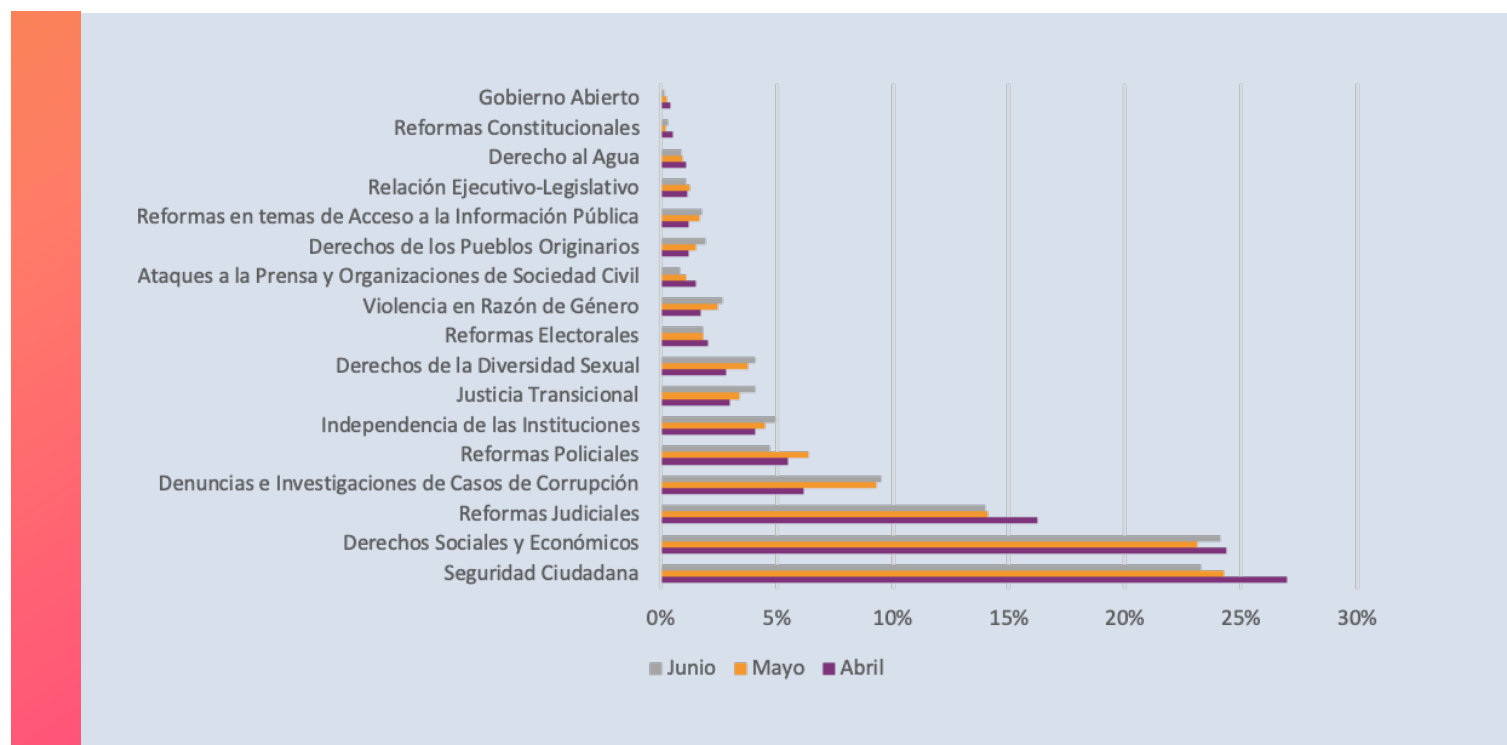
En **Honduras**, la conversación nacional ha tenido un fuerte enfoque en materia de derechos sociales y económicos, y - dentro de ellos - las presiones inflacionarias y la demanda por empleo son las necesidades más sentidas. La reacción del público sobre determinadas reformas [como la energética] se ha posicionado de manera negativa para el gobierno, el impacto inflacionario ha generado una dinámica, donde si no existen soluciones inmediatas y directas, las medidas implementadas se perciben negativamente. Por otro lado, se posiciona la conversación sobre temas de corrupción, destacando la discusión sobre el establecimiento de mecanismos y criterios de selección y elección para la próxima Corte Suprema de Justicia, al igual que las denuncias e investigaciones sobre la presente administración y las administraciones pasadas.



A lo largo del período de estudio se observó el involucramiento del Ejecutivo para reorientar la política de seguridad e instruir a las fuerzas policiales para solventar determinadas situaciones e implementar un estado de excepción, lo cual abre un paralelismo bastante cercano a la actuación del gobierno salvadoreño. Además, la extradición del expresidente Hernández generó un alto nivel de interés en los públicos digitales, posicionándose como uno de los temas con mayor viralidad durante el período.

Gráfico 3. Conversación por categorías en Honduras para el segundo trimestre de 2022

Fuente: Datos generados en redes sociales. Brandwatch.



Al analizar ambos períodos trimestrales, se constata que en los tres países de la región continúa prevaleciendo la preocupación por temas económicos - en particular por el desempleo y el alto costo de vida -; de seguridad - donde impera el contraste entre El Salvador, por un lado y Guatemala y Honduras, por el otro, en torno a la satisfacción por las medidas implementadas versus aumento de la percepción de inseguridad -; y de corrupción - con una estrecha vinculación a la elección de altos funcionarios y su potencial impacto en futuros procesos electorales - . No obstante, una nueva tendencia [y sumamente preocupante] comienza a posicionarse en la conversación digital: las alarmantes señales y acciones en contra de la libertad de expresión, la libertad de prensa, la transparencia y la rendición de cuentas, mediante ataques contra la prensa y críticas a las organizaciones de sociedad civil. De igual manera, persiste una baja penetración de conversaciones asociadas a temas sobre reformas constitucionales, gobierno abierto, acceso a la información pública y temas vinculados a los derechos humanos. En síntesis, el análisis de redes sociales nos muestra que la conversación en la región sigue siendo muy limitada, centrada en pocos temas de interés y pocos mensajes.

DESEMPEÑO DIGITAL DE LOS PRESIDENTES DEL NORTE DE CENTROAMÉRICA

Cada vez más la política se desarrolla en las redes sociales. Los gobiernos y gobernantes se apoyan en las plataformas virtuales para difundir sus mensajes y estar en constante contacto con su audiencia. Al mismo tiempo, es cada vez mayor el número de ciudadanos que recurre a las redes sociales como fuentes de noticias políticas (Lupu, Ramírez & Zechmeister, 2020).

Las redes sociales son ahora uno de los principales canales de participación política en América Latina. En parte producto de la rápida expansión del acceso a internet que, según los datos del Barómetro de las Américas, casi se duplicó en la región entre 2008 y 2017. Para 2019, el mismo informe reportaba que en los tres países del norte de Centroamérica más del 80% de las personas reportaban tener un teléfono celular en el hogar y alrededor del 50% utiliza WhatsApp, cantidad similar a quienes reportan usar Facebook.

Tabla 1. **Penetración de redes sociales en el norte de Centroamérica**

Fuente: Zechmeister, Elizabeth J., y Noam Lupu (Eds.). 2019. *El pulso de la democracia*. Nashville, TN: LAPOP.

País	Celular en el hogar	Internet en el hogar	Usa WhatsApp	Usa Facebook	Usa Twitter
El Salvador	86.9%	35.5%	56%	56.2%	6.7%
Guatemala	81.6%	23.9%	47.6%	43.2%	6.5%
Honduras	86.4%	25.1%	46.9%	44.6%	4.8%



Esos datos han impactado en la dinámica de difusión de mensajes políticos por parte de los mandatarios de la región. A continuación, se presentan datos sobre la presencia y las interacciones que los mandatarios de los tres países del norte de Centroamérica tienen en Facebook y Twitter en los dos primeros trimestres del año desde sus cuentas oficiales.

Tabla 2.
Desempeño en redes sociales del presidente de El Salvador, Nayib Bukele (@nayibbukele) en los primeros dos trimestres de 2022

Fuente: Datos generados en redes sociales. Brandwatch.

	01-ene-2022 - 31-mar-2022					01-abr-2022 - 30-jun-2022				
	Fans	Reacciones, Comentarios, Compartidos	Me gusta	Publicaciones	Comentarios (primarios)	Fans	Reacciones, Comentarios, Compartidos	Me gusta	Publicaciones	Comentarios (primarios)
Facebook	5980321	7406094	5003179	131	362240	6264510	13568659	9082597	185	583604
Twitter	3698619	4628674	4009910	638	-	4058555	4185748	3635364	490	-

Tabla 3.
Desempeño en redes sociales de la presidenta de Honduras, Xiomara Castro (@XiomaraCastroZ) en los primeros dos trimestres de 2022

Fuente: Datos generados en redes sociales. Brandwatch.

	01-ene-2022 - 31-mar-2022					01-abr-2022 - 30-jun-2022				
	Fans	Reacciones, Comentarios, Compartidos	Me gusta	Publicaciones	Comentarios (primarios)	Fans	Reacciones, Comentarios, Compartidos	Me gusta	Publicaciones	Comentarios (primarios)
Facebook	436238	948509	454731	35	39262	440626	31336	17035	3	2173
Twitter	300254	503003	439644	354	-	348633	217357	181947	116	-

Tabla 4.
Desempeño en redes sociales del presidente de Guatemala, Alejandro Giammatei (@DrGiammattei) en los primeros dos trimestres de 2022

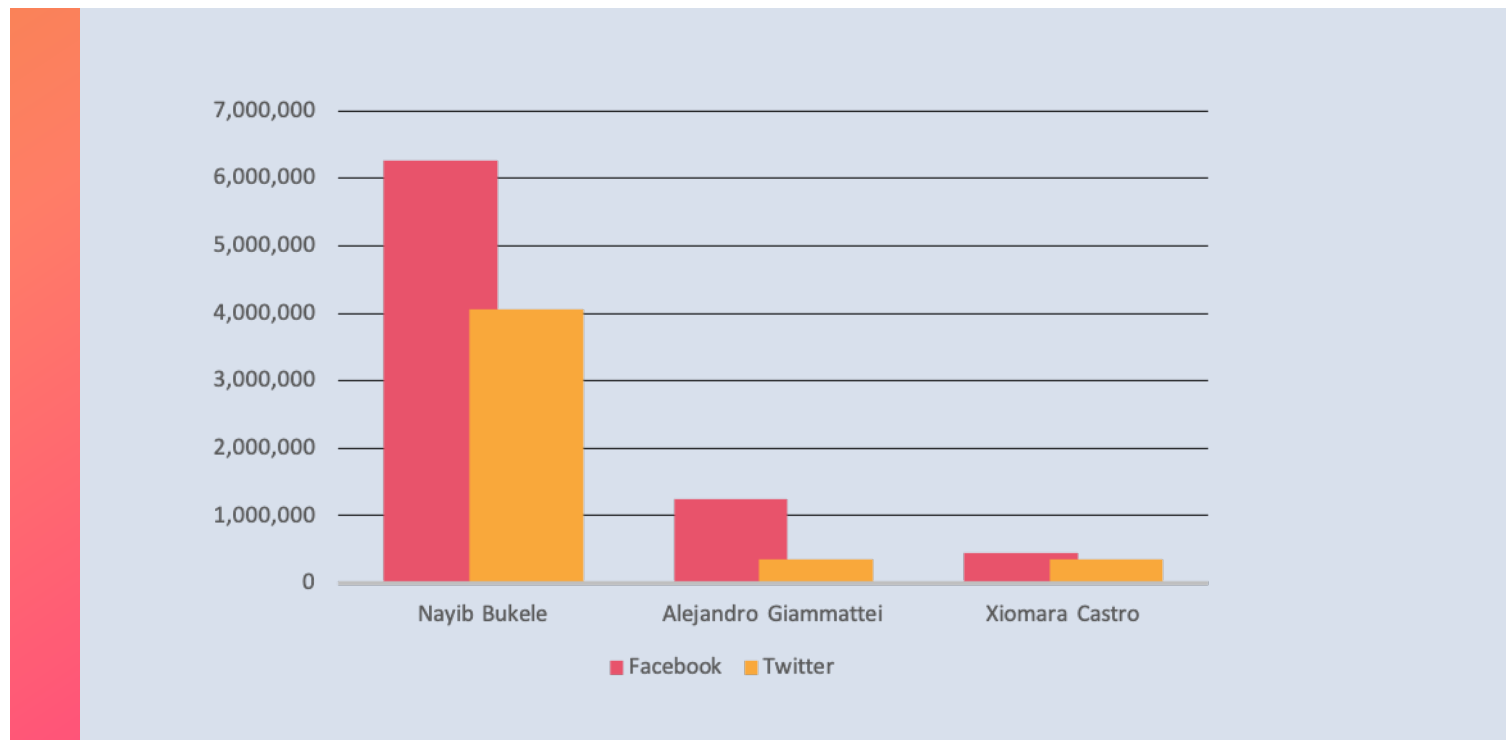
Fuente: Datos generados en redes sociales. Brandwatch.

	01-ene-2022 - 31-mar-2022					01-abr-2022 - 30-jun-2022				
	Fans	Reacciones, Comentarios, Compartidos	Me gusta	Publicaciones	Comentarios (primarios)	Fans	Reacciones, Comentarios, Compartidos	Me gusta	Publicaciones	Comentarios (primarios)
Facebook	1128349	235272	69329	198	34185	1241234	238061	64363	151	41470
Twitter	338683	36576	29124	296	-	345904	44791	33766	225	-

El presidente con más presencia en redes sociales, con amplia diferencia sobre sus homólogos de Guatemala y Honduras, es Nayib Bukele, quien hasta el 30 de junio de 2022 contaba con 10,323,065 seguidores en ambas redes. Le sigue el presidente Alejandro Giammatei con 1,587,138 seguidores totales en ambas redes; y, por último, la recién electa presidenta de Honduras, Xiomara Castro, con 789,259.

Gráfico 4. Seguidores en Facebook y Twitter de los presidentes de Guatemala, Honduras y El Salvador al 30 de junio de 2022

Fuente: Datos generados en redes sociales. Brandwatch.



La presidenta Xiomara Castro es quien ha visto un aumento porcentual más grande en número de seguidores entre un trimestre y otro, aunque no significativamente mayor al aumento del presidente Giammattei o del Presidente Bukele.



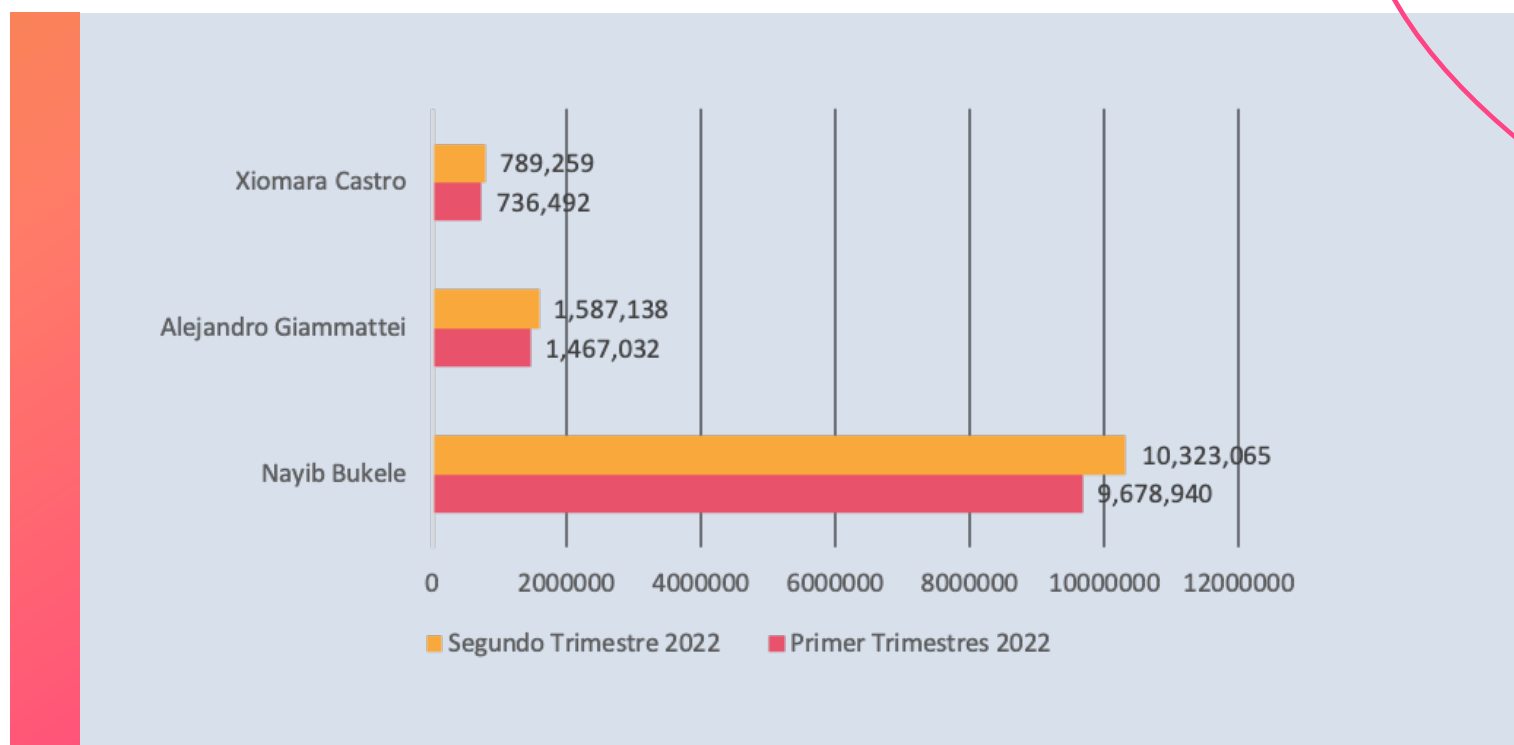
Tabla 5.
Aumento porcentual de seguidores en Twitter y Facebook del primer al segundo trimestre de 2022, de los presidentes de Guatemala, Honduras y El Salvador²

Fuente: Datos generados en redes sociales. Brandwatch.

Presidente	Aumento porcentual de número de seguidores
Bukele	6.65%
Giammattei	7.16%
Castro	8.19%

Gráfico 5.
Seguidores en Facebook y Twitter de los presidentes de Guatemala, Honduras y El Salvador por trimestre de 2022

Fuente: Datos generados en redes sociales. Brandwatch.

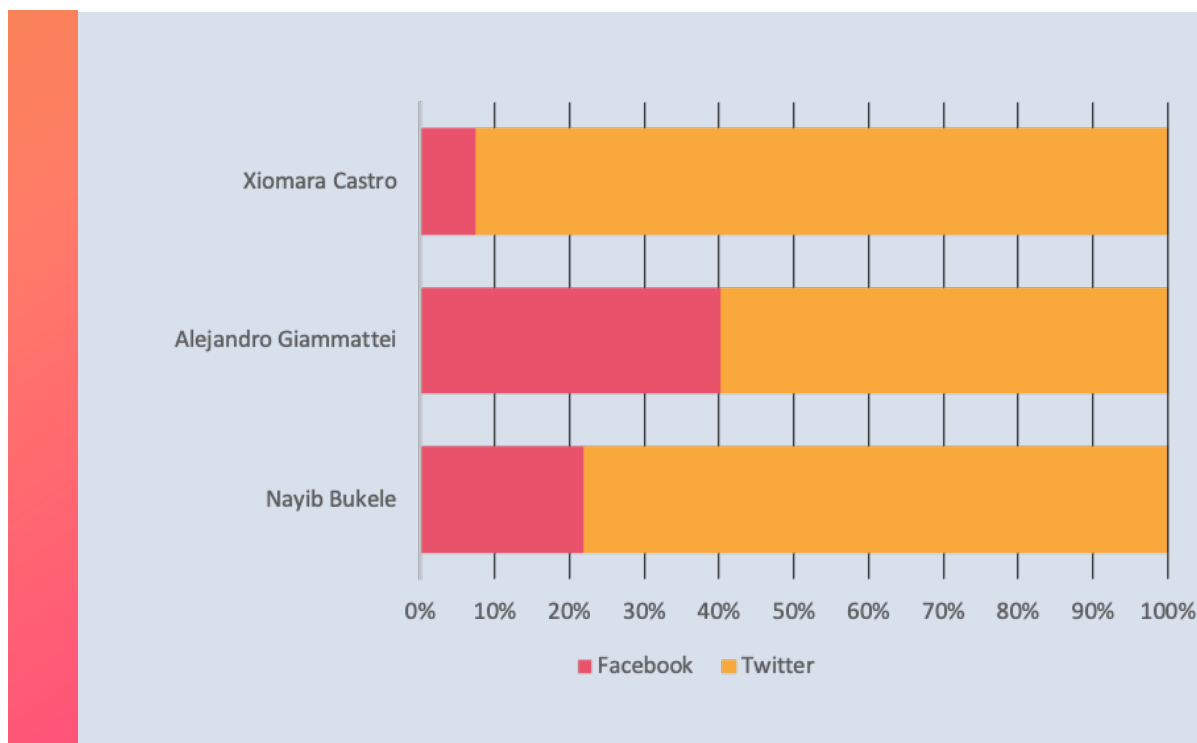


²Elaboración propia con base en los datos generados por Digital Insights.

Al mismo tiempo, el presidente más activo en ambas redes es Nayib Bukele, con 1444 publicaciones y una amplia preferencia por Twitter, donde ha publicado 1128 mensajes durante el primer semestre del año. Quien menos ha publicado es la presidenta de Honduras, con solo 508 publicaciones en la primera mitad del año y con una amplia preferencia por Twitter (470 publicaciones).³ Mientras que el presidente Giammattei hizo 870 publicaciones, también con preferencia por Twitter (521 publicaciones).

Gráfico 6. **Preferencia entre redes sociales.** **Primer semestre 2022**

Fuente: Datos generados en redes sociales. Brandwatch.



² Xiomara Castro tomó posesión el 27 de enero de 2022.

BIBLIOGRAFÍA

Lupu, N., M. . Ramírez Bustamante, and E. . Zechmeister. "Social Media Disruption: Messaging Mistrust in Latin America". Journal of Democracy, vol. 31, no. 3, July 2020, pp. 160-71.

Noam, N., Zechmeister, E. 2019. El pulso de la democracia. Nashville, TN: LAPOP.

CRÉDITOS

Eduardo Núñez Vargas

Director de programas regionales de NDI para Centroamérica

enunez@ndi.org

Luisa Solano - El Salvador

lsolano@ndi.org

Gabriela Zúniga – Honduras

gzuniga@ndi.org

Gabriel Reyes – Guatemala

greyes@ndi.org

Oficiales de programas regionales

RECOLECCIÓN Y PROCESAMIENTO DE DATOS

Digital Insights



 @NDICentroameric

 @NDIguatemala


 @NDIelsalvador

 @NDICentroamerica

 NDI Centroamérica

 NDI Guatemala

 NDI El Salvador

 NDI Honduras