

Inhabilitación y liderazgo político en Venezuela: María Corina Machado y su impulso a Edmundo González

Diego Andrés Romero Gámez; Luis Rendueles

RESUMEN

El objetivo de este capítulo es analizar el uso de las redes sociales, específicamente Instagram, y su función como herramientas estratégicas para la proyección del liderazgo político en contextos de inhabilitación política. Es por ello que, en el presente trabajo, se identificó las estrategias de comunicación empleadas por María Corina Machado en Instagram para la proyección de Edmundo González Urrutia tras su inhabilitación política; a su vez, se evaluó la percepción de la audiencia sobre el liderazgo de Edmundo González Urrutia a partir de la interacción con las publicaciones de María Corina Machado en Instagram. La investigación fue de tipo analítica, comparativa y aprehensiva, utilizando una técnica de análisis categorial, organizada en tres etapas analíticas: etapa de incertidumbre y selección de candidatos; proyección y posicionamiento del candidato oficial; y etapa de campaña electoral y consecuencias. Se utilizó una tabla de cotejo para evaluar, analizar y recopilar el corpus de 524 publicaciones seleccionadas mediante criterios de relevancia temática. Se identifica que Instagram trasciende la función informativa y se consolida como un espacio para la movilización emocional, la cohesión narrativa y la legitimación pública del liderazgo político. Se determina, esencialmente, que la inhabilitación política no elimina en su totalidad el capital simbólico de un líder político; abre la puerta para transformarlo en un recurso transferible a otra figura o líder político emergente a través de las redes sociales.

Palabras clave: inhabilitación política, proyección de liderazgo, Instagram, estrategias, comunicación.

Cómo citar: Romero, D., Rendueles, L. (2025). Inhabilitación y liderazgo político en Venezuela: María Corina Machado y su impulso a Edmundo González. En Huaita, D., Vento, J. (Eds). *Construyendo Futuro desde perspectivas multidisciplinares*. High Rate Consulting. <https://doi.org/10.38202/construyendo10>

Disqualification and Political Leadership in Venezuela: María Corina Machado and her Promotion of Edmundo González

ABSTRACT

The aim of this chapter was to analyze the use of social networks, specifically Instagram, and their function as strategic tools for the projection of political leadership in contexts of political disqualification. That is why in this work the communication strategies used by María Corina Machado on Instagram for the projection of Edmundo González Urrutia after his political disqualification were identified; In turn, the audience's perception of the leadership of Edmundo González Urrutia was evaluated based on the interaction with María Corina Machado's publications on Instagram. The research was analytical, comparative and apprehensive, using a categorical analysis technique organized in three analytical stages: Uncertainty and candidate selection stage; Projection and positioning of the official candidate; and, Stage of the electoral campaign and consequences. A comparison table was used to evaluate, analyze and compile the corpus of 524 publications selected using thematic relevance criteria. It is identified that Instagram transcends the informative function and is consolidated as a space for emotional mobilization, narrative cohesion and public legitimation of political leadership. It is essentially determined that political disqualification does not completely eliminate the symbolic capital of a political leader, it opens the door to transform it into a resource transferable to another emerging political figure or leader through social networks.

Keywords: political disqualification, leadership projection, Instagram, strategies, communication.

INTRODUCCIÓN

La inhabilitación política se ha convertido, en el contexto latinoamericano, en una herramienta controversial que, en muchos casos, trasciende su carácter jurídico sancionatorio para convertirse en un mecanismo de control institucional al servicio del poder político. En el caso venezolano, esta medida ha sido aplicada de manera reiterada contra líderes opositores, configurando un patrón sistemático que restringe no solo el ejercicio de los derechos políticos individuales, sino también las condiciones mínimas para la libre competencia electoral, socavando así los principios de la democracia representativa.

Tal situación se enmarca dentro de lo que Sartori (1999) destaca como un sistema autoritario, caracterizado por el uso de medios represivos y antipluralistas con el fin de perpetuar el poder de una élite gobernante. En este tipo de sistemas, como ha sido documentado, la inhabilitación política se implementa con el objetivo de reducir (o incluso eliminar) la presencia de figuras disidentes en el ámbito público, especialmente durante procesos electorales que, aunque formalmente convocados, carecen de equidad sustantiva. Es aquí donde la figura de María Corina Machado cobra especial relevancia: su inhabilitación política, lejos de suponer su desaparición del escenario político, ha evidenciado nuevas formas de ejercicio del liderazgo, particularmente en el espacio digital.

En efecto, en un país donde los medios de comunicación tradicionales están cada vez más controlados o cooptados, las redes sociales (en especial, Instagram) han emergido como plataformas alternativas para la expresión política y la construcción de liderazgos. Es menester destacar que esta red social no solo permite difundir mensajes políticos, sino que, además, facilita la humanización de los líderes y la generación de vínculos emocionales con el electorado, como lo han demostrado estudios previos sobre comunicación política digital (Páez Ortiz, 2019; Tufekci, 2014; Van Dijck, 2013).

En este sentido, resulta pertinente preguntarse: ¿puede un liderazgo inhabilitado ser proyectado a través de estrategias digitales?, ¿cómo se traslada la legitimidad y el capital simbólico de un líder político a otro mediante el uso de redes sociales?

Es por ello que la hipótesis central de ésta investigación se orienta a la demostración de que la inhabilitación política permite la reconfiguración, transformación y transferencia de liderazgo a través del uso de las redes sociales (Instagram), por lo cual el objetivo general de este trabajo es analizar el uso de las redes sociales, específicamente Instagram, y su función como herramientas estratégicas para la proyección del liderazgo político en contextos de inhabilitación política.

El corpus analizado estuvo conformado por un total de 524 publicaciones extraídas de la cuenta oficial de Instagram de María Corina Machado (384 reels y 140 post), seleccionadas a partir de tres criterios específicos: 1) la frecuencia de publicaciones; 2) los tipos de contenido, y 3) el análisis de las interacciones generadas por cada publicación, incluyendo visualizaciones y comentarios, lo cual es fundamental para evaluar el nivel de engagement, la participación y receptividad de la audiencia.

Este fenómeno plantea implicaciones teóricas y prácticas importantes para el estudio de la comunicación política en contextos de represión institucional. Por ello, esta investigación asume un enfoque analítico, comparativo y aprehensivo, apoyándose en un análisis de contenido de las publicaciones realizadas en Instagram por María Corina Machado (incluyendo las publicaciones compartidas con Edmundo González Urrutia) en las siguientes fases esenciales: 1) etapa de incertidumbre y selección de candidato; 2) etapa de proyección y posicionamiento del candidato oficial (precampaña), y 3) etapa de la campaña electoral y consecuencias (durante y después de la campaña presidencial), específicamente en un período que abarca desde el 16 de marzo hasta el 19 de agosto. El análisis de estas etapas permitió examinar la evolución discursiva y simbólica presente en la comunicación digital y su impacto en la percepción pública.

Cabe destacar que este estudio no solo busca visibilizar los efectos de la inhabilitación política como fenómeno represivo, sino también interpretar cómo las redes sociales, en circunstancias adversas, permiten reconfigurar el ejercicio del liderazgo, generar nuevas narrativas de poder y propiciar el surgimiento de referentes políticos emergentes.

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL, REDES SOCIALES, PERCEPCIÓN PÚBLICA, CAPITAL SIMBÓLICO Y PROYECCIÓN DE LIDERAZGO POLÍTICO

Estrategias de comunicación digital

Las estrategias de comunicación son fundamentales en la construcción de la imagen pública de un líder político, ya que permiten captar la atención del electorado y generar conexión emocional con la audiencia. En esta línea, Elías (2021) afirma que la comunicación política es esencial para que los líderes establezcan vínculos significativos con sus seguidores, mediante mensajes claros y emocionalmente resonantes. Tomando en cuenta esta perspectiva, la definición estratégica del mensaje y la identificación del público objetivo son elementos decisivos para la eficacia comunicacional.

Cuando se hace referencia al público objetivo, según Kotler y Keller (2006), desde su perspectiva sobre el marketing político, se enfatiza en la segmentación y su importancia como parte del proceso de comunicación; es decir, mientras Elías resalta la conexión emocional y la percepción del electorado, Kotler y Keller se centran en el entendimiento estructural del público y la adaptación del mensaje a sus características, por lo cual ambos enfoques resultan

complementarios en el caso de María Corina Machado, quien no solo debe entender quiénes son sus seguidores, sino también cómo interactuar con ellos de manera efectiva para fomentar un sentido de comunidad.

Por otra parte, se añade una dimensión importante al debate al resaltar que la autenticidad y la transparencia son esenciales para ganar la confianza del electorado (Mena Farfán et al., 2025). Esta postura contrasta con la de Elías, quien se enfoca más en la estrategia que en la autenticidad; sin embargo, ambos coinciden en que la percepción pública es fundamental. Por ello, para esta investigación, es crucial destacar que Machado debe equilibrar la estrategia comunicativa con la autenticidad, utilizando Instagram no solo como un canal de marketing, sino como un medio para humanizar su imagen y conectar emocionalmente con su audiencia.

Las redes sociales (Instagram) como herramienta de comunicación política

Si entendemos la importancia de las estrategias de comunicación, en este trabajo es necesario profundizar en lo indispensable que son las redes sociales para la formulación y aplicación de estas estrategias comunicacionales en la actualidad. Es por ello, que Patricia Páez Ortiz examina cómo los líderes inhabilitados utilizan plataformas digitales para mantener su presencia pública, señalando que Instagram permite a estos líderes comunicar mensajes estratégicos, a pesar de las limitaciones legales; es decir, destaca el papel de las redes sociales como herramientas de resistencia política.

Para la investigación, es clave entender que Machado puede utilizar Instagram no solo para mantener su imagen, sino también para movilizar a sus seguidores hacia la acción, creando un sentido de comunidad y pertenencia. Kietzmann et al. (2011) complementan al analizar cómo las características de las redes sociales permiten a los líderes crear contenido visual atractivo que puede resonar emocionalmente con la audiencia de modo que la interacción y la conexión emocional son elementos clave para el éxito en las redes sociales.

Este enfoque en la interacción y la conexión emocional sugiere que Machado debe no solo comunicar, sino también interactuar de manera efectiva con su audiencia. La combinación de estos enfoques proporciona un marco robusto para entender cómo Machado puede utilizar Instagram para desafiar su inhabilitación y mantener su relevancia política, aprovechando las características únicas de la plataforma.

Por otra parte, existen autores que analizan cómo los líderes utilizan las redes sociales para humanizar su imagen y conectar emocionalmente con el electorado, afirmando que la humanización a través de las redes sociales es una estrategia clave para construir relaciones duraderas con los votantes (Iriarte Vera et al., 2024). Para Machado, esto implica que su uso de Instagram debe ser intencional y consciente, mostrando tanto su lado humano como su capacidad de liderazgo.

Por otra parte, González Grimón y Brito Lorenzo (2022) analizan el caso de Sanna Marín, la primera ministra finan-

desa, quien ha utilizado Instagram de manera efectiva para comunicarse con su electorado, mostrando un enfoque moderno y accesible. Su uso de contenido visual y narrativas personales puede servir de modelo para Machado, quien puede beneficiarse de esta estrategia para fortalecer su conexión con los votantes. Marín combina aspectos de la narrativa política con la autenticidad y el uso de imágenes cotidianas, lo que contrasta con la imagen más formal que a menudo se espera de los políticos. Este contraste resalta la importancia de que Machado adopte un enfoque similar para fortalecer su conexión con los votantes, mostrando que, a pesar de su inhabilitación, sigue siendo accesible y comprometida.

Percepción pública y proyección de liderazgo a través del capital simbólico

La percepción pública es un elemento a destacar al momento de proyectar liderazgo hacia un público determinado; por ello, Pierre Bourdieu explora cómo las percepciones sociales se construyen y cómo el capital simbólico afecta la imagen de los líderes. Su enfoque en el capital simbólico contrasta con el de otros autores que se centran en la narrativa y la comunicación efectiva como herramientas para transformar la imagen de un líder emergente (Hebert Simon, citado en Cervantes, 2013).

Bourdieu sostiene que el capital simbólico es fundamental para la legitimación de la autoridad (2016), mientras que Simmons enfatiza que la narrativa es el vehículo por medio del cual los líderes moldean su imagen y la de sus seguidores.

Para esta investigación, es esencial considerar cómo María Corina Machado puede utilizar su capital simbólico para influir en la percepción pública de Edmundo González Urrutia, al mismo tiempo que utiliza estrategias comunicativas efectivas para presentar su mensaje.

También Kotler y Keller (2006) aportan una perspectiva valiosa al discutir la percepción de marca en política. Su enfoque en la creación de una marca política fuerte se complementa con la teoría de Bourdieu sobre el capital simbólico. Además, afirman que una marca política bien gestionada puede influir de manera significativa en la percepción pública (2006).

Esto implica que la forma en que Machado comunica sobre González puede ser determinante para establecer su imagen pública. La interacción entre el capital simbólico y la percepción de marca sugiere que Machado debe ser estratégica en su comunicación, utilizando Instagram para construir y reforzar la imagen de González como un líder emergente.

Para la investigación, es crucial entender que la comunicación de Machado puede ser mediada por líderes de opinión en Instagram. Esto sugiere que su estrategia debe incluir no solo la creación de contenido, sino también la identificación y colaboración con estas figuras influyentes, como en efecto ocurre durante la campaña electoral tanto en la cuenta de María Corina Machado, como en la de Edmundo González Urrutia, debido a que esto influye al momento de moldear la opinión pública de las personas y, asimismo, moldear

o reconfigurar la percepción de la realidad, tomando en cuenta que la manera en que se presenta la información puede crear imágenes duraderas en la mente del público (Fior, 2021).

Ello implica que María Corina Machado debe ser consciente de cómo sus publicaciones en Instagram pueden ser interpretadas y encuadradas por los medios, lo que refuerza la necesidad de una estrategia comunicativa cuidadosa y bien planificada. La capacidad de Machado para gestionar la narrativa en torno a su figura y la de Edmundo González Urrutia será crucial para su éxito en la percepción pública.

La inhabilitación política y su impacto en la creación de nuevas estrategias digitales

El siguiente elemento menester a profundizar es la inhabilitación política, lo cual es indispensable para entender la necesidad de María Corina Machado de proyectar su liderazgo a través de otra figura política, en este caso, Edmundo González Urrutia, con el fin de aumentar la popularidad, audiencia y votantes que apoyen la candidatura de Edmundo González Urrutia mediante el liderazgo traspolado de María Corina Machado hacia él.

Aragón Reyes detalla los fundamentos legales y políticos detrás de la inhabilitación de líderes, proporcionando un marco teórico para analizar cómo estas inhabilitaciones afectan la dinámica política en el país. Asimismo, sostiene que la inhabilitación política es una herramienta utilizada por el régimen para silenciar a sus opositores (1986).

Este enfoque se complementa con Zaffaroni, que en su análisis sobre derechos políticos, discute cómo la inhabilitación impacta la participación política y la representación de los ciudadanos. Zaffaroni enfatiza que la inhabilitación no solo afecta al individuo, sino que también tiene repercusiones en la representación democrática (2025). Para esta investigación, es crucial entender cómo la inhabilitación de Machado no solo afecta su carrera, sino también la de González y cómo esto puede influir en su comunicación a través de Instagram.

Para la investigación, es importante considerar cómo la inhabilitación de Machado puede ser vista como un intento de silenciar voces disidentes y cómo esto afecta su capacidad para comunicarse y movilizar apoyo a través de Instagram. La perspectiva de Foucault ofrece un marco crítico que permite analizar las dinámicas de poder en juego, sugiriendo que la comunicación de Machado debe ser estratégica para contrarrestar estos mecanismos de control.

Ahora bien, Brewer-Carías, en su trabajo sobre la inhabilitación política en Venezuela, entiende que resulta fundamental cómo la situación de Machado afecta su estrategia de comunicación en redes sociales. De acuerdo con lo cual Brewer-Carías proporciona un contexto específico sobre las restricciones que enfrenta y cómo estas pueden influir en su uso de Instagram para seguir conectando con su electorado; incluso menciona que las redes sociales ofrecen un espacio para que los líderes inhabilitados mantengan su voz en el debate público (2023).

Este análisis sugiere que, a pesar de las limitaciones, María Corina Machado puede encontrar formas creativas de utilizar las redes sociales para desafiar su inhabilitación y mantener su relevancia. Esto contrasta con la visión más general de Foucault sobre el control, ofreciendo un enfoque más práctico sobre cómo los líderes pueden navegar en contextos restrictivos.

Otro autor relevante para este punto es Castells (2009), quien analiza cómo las redes sociales han transformado la esfera pública y la comunicación política. Castells argumenta que las redes sociales permiten la movilización de movimientos sociales y políticos, facilitando la difusión de información y la organización de protestas. Esto es especialmente relevante en contextos de inhabilitación política, donde figuras como María Corina Machado pueden utilizar estas plataformas para mantener su relevancia y conexión con el electorado.

Con esto, se puede determinar que actualmente las redes sociales actúan como un espacio de contrapoder, donde los ciudadanos pueden desafiar narrativas oficiales y generar un debate alternativo. Esto permite que líderes inhabilitados sigan influyendo en la opinión pública, a pesar de las restricciones impuestas por el sistema político.

También Castells destaca cómo las redes ayudan a construir identidades colectivas y a reforzar la resistencia frente a la opresión política. Para figuras inhabilitadas, esto puede significar la posibilidad de mantener una base de apoyo activa y comprometida que, sin duda, influye en las nuevas estrategias de comunicación que se pueden implementar gracias a este contexto de inhabilitación política.

Por otro lado, Rodríguez Garavito enfatiza cómo las redes sociales sirven como plataformas para la defensa de los derechos humanos y la participación ciudadana. Este autor afirma que “las redes sociales han transformado la forma en que los ciudadanos pueden interactuar con el poder al ofrecer nuevas oportunidades para la defensa de los derechos humanos” (2014).

El enfoque de este autor en el activismo digital resalta la importancia de Instagram como un espacio donde Machado puede expresar sus opiniones y conectar con sus seguidores, a pesar de las restricciones políticas. Esto proporciona un marco para analizar cómo su contenido puede haber cambiado en respuesta a su inhabilitación. De hecho, en el contexto de la inhabilitación política, Machado puede utilizar Instagram para visibilizar su situación y movilizar apoyo en torno a su causa, cosa que realiza de forma efectiva en el período de la campaña electoral.

Por último, Van Dijck evalúa cómo las plataformas sociales (redes sociales) moldean la cultura y la comunicación. Es por ello que afirma: “las redes sociales no son solo herramientas de comunicación, sino que también son espacios donde se construyen identidades y se negocian relaciones de poder” (2013). Esto nos da a entender que un líder inhabilitado puede usar una red social como Instagram no solamente para comunicar, sino también para reafirmar su identidad política frente a un escenario adverso y, de esta forma, ver

la inhabilitación política como una oportunidad para implementar nuevas estrategias de comunicación y fortalecer su imagen y marca personal.

METODOLOGÍA

Esta investigación es de tipo analítica, comparativa y aprehensiva, la cual se centró en caracterizar el uso de Instagram por parte de María Corina Machado y su contribución a la proyección de Edmundo González. Para ello, se realiza un análisis de contenido de las publicaciones, por ejemplo, la frecuencia de las mismas (publicaciones), tipos de contenido (imágenes, videos, historias) y análisis de las interacciones (comentarios y visualizaciones, principalmente).

La metodología implementada es un análisis de contenido que permite examinar de manera sistemática las publicaciones de Machado en Instagram. Cabe resaltar que este análisis se realiza en varias etapas. Principalmente, se hace una selección de la muestra, es decir, se observa y mide una cantidad de publicaciones en Instagram de María Corina Machado y Edmundo González Urrutia que abarcan un período específico, dividiendo la muestra en tres fases: publicaciones realizadas antes de comenzar la campaña; publicaciones efectuadas durante la campaña; y publicaciones realizadas después de la campaña, específicamente durante el período del 16 de marzo hasta el 19 de agosto de 2024.

Esto, sin duda, facilita establecer un contraste claro en su enfoque comunicativo. Luego de realizar la selección de la muestra, se efectúa una categorización del contenido, con la cual las publicaciones se clasifican según diferentes criterios, tales como: la frecuencia de publicaciones, lo que permite contabilizar cuántas publicaciones se realizaron en cada período; los tipos de contenido, que permiten identificar los formatos utilizados, como imágenes, videos y historias, es decir, los elementos audiovisuales y discursivos orientados a la construcción simbólica del liderazgo. Esto ayudará a entender qué tipo de contenido es más prevalente y cómo se utiliza para comunicar mensajes. Y, por último, el análisis de las interacciones generadas por cada publicación, incluyendo visualizaciones y comentarios. Esta información es crucial para evaluar el nivel de engagement y la receptividad de la audiencia.

A su vez, la unidad de análisis que se utiliza en la investigación es el contenido realizado en la cuenta de Instagram de María Corina Machado, la cual incluye un total de 524 publicaciones (384 reels y 140 post) desde el 16 de marzo hasta el 3 de agosto del año 2024. Esto incluye: publicaciones de imágenes, es decir, fotografías y gráficos que acompañan los mensajes de Machado; los videos, como clips cortos que pueden incluir discursos, mensajes directos o contenido informativo; también se deben analizar las historias de Instagram, ya que es un contenido efímero que se publica para interactuar con los seguidores de manera más directa y personal. Y las interacciones, que son todas las reproducciones y comentarios que cada publicación recibe, lo que indica el nivel de engagement, la receptividad y percepción

del público.

La elección de la cuenta de Instagram de María Corina Machado como unidad de análisis es crucial por varias razones. Primeramente, porque Instagram se ha convertido en una herramienta esencial para la comunicación política en el mundo contemporáneo, y es una plataforma que se utiliza para empatizar de mejor manera con las personas, una plataforma que se implementa para mostrar lo que haces, para mostrar tu lado humano, lo que facilita crear contenido que conecte y empatee con la población.

El análisis de cómo las figuras políticas utilizan esta plataforma permite entender mejor las dinámicas de la comunicación en el contexto político venezolano. También es importante debido a que, al centrarse en el contenido que María Corina Machado y Edmundo González comparten, se podrá evaluar cómo la estrategia de comunicación de María Corina Machado influye en la percepción pública de Edmundo González.

Por último, es necesario resaltar que la comparación del contenido antes, durante y después de la campaña presidencial proporcionará insights sobre cómo los líderes políticos adaptan sus estrategias comunicativas en respuesta a situaciones adversas (inhabilitación política). Esto es fundamental para comprender la resiliencia y la capacidad de adaptación en la política contemporánea.

El instrumento de investigación que se implementa para la recolección de datos es una tabla de cotejo, el cual es ideal para el análisis de contenido, debido a que permite organizar y sistematizar la información de manera clara y eficiente, facilitando el proceso de análisis posterior. Siendo más específicos, la tabla de cotejo facilita la documentación de cada publicación de ambas figuras políticas, incluyendo su tipo y tema. A su vez, permite capturar las métricas de engagement para cada publicación, lo que conlleva a analizar el impacto de su contenido en la audiencia. Esto con el fin de realizar un análisis comparativo de las publicaciones antes y después de la inhabilitación, identificando cambios en la estrategia comunicativa.

Ahora bien, a partir de los datos recopilados en la tabla de cotejo se realizan una serie de gráficas que demuestran la actividad digital y el liderazgo que evidentemente logró proyectar María Corina Machado hacia Edmundo González. Proceso el cual se divide en tres etapas esenciales:

Medición de la cuenta de Instagram de María Corina Machado

1. Etapa de la incertidumbre y selección de candidato

En el periodo comprendido entre el 16 de marzo y el 20 de abril de 2024, María Corina Machado publicó 36 reels y 25 post, en medio de un clima político caracterizado por la incertidumbre generada en la población venezolana debido a no definir un candidato unitario opositor. Los videos con mayor alcance fueron aquellos en los que María Corina Machado aparecía directamente comunicando mensajes de certidumbre, motivación, participación y liderazgo a través

de ruedas de prensa o declaraciones a cámara que publicaba a través de sus redes sociales, principalmente Instagram, con cifras que superaban el millón de visualizaciones.

El reel del 20 de abril, donde se anunció la candidatura de Edmundo González Urrutia, alcanzó alrededor de 2 millones de visualizaciones y más de 14 mil comentarios, marcando el punto de inflexión comunicacional de la oposición. Este anuncio operó como un evento umbral, desplazando la narrativa de la duda y la incertidumbre.

Lo que reflejan estos datos al principio de esta etapa es un efecto de “ansiedad informativa”, propio de una coyuntura generada por la incertidumbre de no tener un candidato claro, por lo cual la audiencia recompensa formatos de máxima densidad de señal política (declaración directa, rueda de prensa, lenguaje de certidumbre), coherente con teorías de agenda y expectativa en contextos de inestabilidad.

Es por ello que el anuncio del 20 de abril opera como un evento umbral, el cual traslada la conversación desde “¿habrá candidatura?” hacia “¿cómo la hacemos competitiva?”. En términos de Bourdieu (2016), María Corina Machado activa su capital simbólico (credibilidad, reconocimiento, autoridad moral) y lo transfiere a Edmundo González Urrutia mediante publicaciones que lo enmarcan como continuidad de la voluntad unitaria. La estrategia visual de “rostro a cámara” refuerza la autenticidad y confianza, mientras los mensajes sobre inscripción electoral operan como un discurso de acción colectiva mínima: resolver la incertidumbre con participación.

Símbolos clave: unidad como narrativa central, transferencia de legitimidad y desplazamiento del poder hacia lo digital. Esto demuestra que la inhabilitación no silencia al líder, sino que redefine el espacio de acción a las redes sociales.

2. Etapa de proyección y posicionamiento del candidato oficial (1 de mayo al 30 de junio)

Durante este periodo, María Corina Machado intensifica su actividad digital con 98 reels y 34 post en mayo, y 144 reels y 38 post en junio, consolidando su rol como centro articulador del discurso opositor. Los contenidos muestran recorridos nacionales, concentraciones masivas y publicaciones conjuntas con Edmundo González, como la entrevista compartida en AS/COA (Sociedad de las Américas y Consejo de las Américas) el 8 de mayo, lo cual simboliza la alianza estratégica y unidad política.

Los videos más virales integran emociones, testimonios ciudadanos y mensajes pedagógicos sobre cómo votar. Se observa una transición hacia una narrativa emocional, basada en esperanza, pedagogía cívica y humanización de los líderes; gran parte de los post también fueron imágenes o flyers anunciando sus visitas o gira en cada estado y municipio de Venezuela. Cabe destacar que dos de sus primeros tres reels de este mes fueron dirigidos a enseñar a los ciudadanos cómo votar por el candidato de la oposición, debido a que el CNE ya había publicado oficialmente el tarjetón electoral para las elecciones del 28 de julio.

Esta etapa estabiliza la transferencia del liderazgo. María Corina Machado se convierte en un “hub comunicativo” que conecta audiencias y narrativas; el formato reel domina el algoritmo, maximizando el alcance con piezas breves y emotivas (Van Dijck, 2013), mientras el “mensaje a cámara” conserva autoridad y reduce ambigüedad. Una vez alcanzada cierta masa crítica, la figura del candidato puede autosostener engagement con piezas emocionales breves (Tufekci, 2014). En esta etapa, la marca de Edmundo González Urrutia cambia de “marca derivada” a una co-marca todavía anclada en María Corina Machado, pero con signos propios (templanza, tono institucional, cercanía con la gente, entre otros).

Símbolos clave: 1) unidad performativa, mediante apariciones conjuntas y coreografías públicas; 2) pedagogía cívica, a través de tutoriales sobre el voto, y 3) humanización del liderazgo, con videos de cercanía ciudadana que normalizan la política como práctica colectiva.

En esencia, la etapa consolida la coherencia narrativa entre ambos líderes, mostrando continuidad política y emocional en la proyección del liderazgo opositor.

3. Etapa de la campaña electoral y consecuencias

En la tercera fase, de desarrollo y cierre de la campaña electoral, se publicaron 90 reels y 33 post en la cuenta de María Corina Machado; el tono comunicativo se torna más emocional y movilizador, destacando la gira nacional y los llamados a la acción colectiva. Las publicaciones del 29 de julio (rueda de prensa poselecciones) alcanzaron entre 9 y 19 millones de visualizaciones, mientras que el reel del 1 de agosto (con el llamado a la concentración nacional) superó los 46 millones de visualizaciones y 168 mil comentarios.

Respecto al análisis de estos datos durante esta última etapa, se determina que la temporalidad de los picos coincide con hitos de máxima densidad emotiva y riesgo político, es decir, el inicio de campaña, jornada electoral, disputa de resultados y convocatorias de movilización masivas. No solo hay más publicaciones, también hay mayor intensidad de significado en cada una de las mismas (publicaciones); la rueda de prensa del 29 de julio es el punto de condensación de la narrativa de “victoria moral/contienda abierta”.

Es por ello, que del 1 al 3 de agosto revive la incertidumbre como acción colectiva (concentraciones), donde el capital simbólico de María Corina Machado se convierte en motivo de movilización, mientras que el de González se consolida como autoridad prospectiva. Esto se logra debido a que los videos en formato reels actúan como vectores de viralización y prueba social de legitimidad. Es decir, aquí las redes sociales (particularmente Instagram) funcionan como plataforma de coordinación ciudadana, pasando de la comunicación digital a la movilización física (Castells, 2009).

Símbolos clave: 1) victoria en disputa, representada en himnos, banderas y multitudes; 2) coliderazgo visible, mediante imágenes conjuntas en tarimas y concentraciones, y 3) puente trasnacional, con la diáspora y figuras públicas reforzando la percepción internacional de legitimidad.

RESULTADOS

Para el año 2024, el contexto político venezolano estuvo marcado por la inhabilitación política de María Corina Machado (MCM) y la incertidumbre sobre quién podría capitalizar un liderazgo como el de ella, o quien podría sustituirla como candidato/a unitario/a de la oposición, lo cual obligó a una reconfiguración de la comunicación política y crear estrategias alternativas que sustituyeran los canales tradicionales para la campaña (medios televisivos, radios de alcance nacional, entre otros).

En este marco, Instagram emergió como la plataforma más estratégica, no solo para mantener la presencia de María Corina Machado en la conversación pública, sino también para transferir legitimidad política al candidato Edmundo González Urrutia, quien fue designado como abanderado presidencial de la oposición unitaria.

A partir del análisis de los datos recopilados en las tres etapas, se identifican cuatro líneas estratégicas:

1. Marca “ancla” o marca “madre” y la aparición en conjunto de ambas figuras políticas; esto es debido a que las publicaciones con presencia conjunta de María Corina Machado y Edmundo González Urrutia (principalmente en formato reels) multiplicaron su alcance, superando el millón de visualizaciones frente al rango de 20.000 a 170.000 publicaciones en solitario de Edmundo González Urrutia en la primera etapa. Esta práctica se alinea con Kotler y Keller (2006) donde la marca madre y el liderazgo principal, transfiere legitimidad a la marca y el liderazgo emergente.
2. La narrativa de unidad y continuidad que comenzó a reflejarse desde el primer reel del 22 de abril, mismo en el cual la comunicación enfatizó la idea de que la candidatura de Edmundo González Urrutia era la continuidad del proyecto de María Corina Machado, reduciendo la incertidumbre del electorado opositor.
3. La conversión de la audiencia digital en organización, lo cual se logró con videos que realizaban una convocatoria masiva para la articulación de los comanditos, la “red de los 600K” y la movilización de la población en las concentraciones, con el fin de pasar de la interacción digital a la acción física.
4. Proyección de un simbolismo patriótico y legitimidad social, lo cual se refleja en el uso reiterado de la bandera nacional, imágenes de multitudes y lenguaje de mayoría (ejemplo, “marea de de pueblo”) para proyectar una legitimidad basada en el poder de convocatoria para una movilización masiva, lo cual aumentó más en la tercera etapa.

Con respecto a la percepción de liderazgo que tuvo Edmundo González Urrutia, esto se determina con los picos de visualizaciones y comentarios de las publicaciones compartidas entre María Corina Machado y Edmundo González, las cuales muestran que la audiencia percibió a este último como un liderazgo investido por María Corina

Machado; no obstante, esto se evidencia con un dato importante, y es que el 85 % de los seguidores de Edmundo González Urrutia también eran seguidores de María Corina Machado, lo que evidencia que su legitimidad digital se sustentaba en esa comunidad preexistente.

Se puede determinar entonces, que la presencia de María Corina Machado no solo amplificó el alcance, sino que generó engagement emocional que derivó en mayor participación a las actividades o eventos presenciales.

Ahora bien, el impacto de las interacciones en la cuenta de Instagram de ambas figuras se determina con el análisis de las tres etapas en las cuales se realizó la recopilación de datos. Principalmente, en la etapa inicial (primera etapa) el alcance (especialmente el de Edmundo González Urrutia) es condicionado por el arrastre de la audiencia de María Corina Machado; es decir, las publicaciones iniciales consolidaron reconocimiento, pero no autonomía.

Para ser más específicos, por ejemplo, durante la primera etapa, los datos reflejan que el primer reel en el que MCM presentó a EGU (22 de abril) alcanzó más de 300.000 visualizaciones, cifra que ya superaba el promedio de interacciones en publicaciones previas de María Corina Machado durante los meses anteriores. Este arranque, según Kotler y Keller (2006) en su idea de “marca ancla”, funcionó como un acto fundacional de transferencia de marca política, donde María Corina Machado “certifica” a EGU ante su audiencia.

El simbolismo aquí es claro: la aparición conjunta no solo legitima, sino que transmite un mensaje de sucesión y unidad, elementos esenciales en contextos de fragmentación opositora. Visualmente, el uso de colores patrios, banderas y multitudes en segundo plano refuerza el marco narrativo de “candidatura de la mayoría”.

El análisis confirma que la inhabilitación política de María Corina Machado no debilitó su capacidad de incidir en la arena política, sino que reorientó sus estrategias hacia entornos digitales en los que pudo proyectar y legitimar a Edmundo González Urrutia como candidato presidencial. Este hallazgo coincide con lo planteado por Castells (2009), quien sostiene que, en la sociedad red, el poder comunicativo se redistribuye a través de nodos de confianza capaces de amplificar mensajes estratégicos, incluso en contextos de restricción o inhabilitación política.

Ahora bien, la hipótesis de que la inhabilitación política puede habilitar escenarios para la reconfiguración de liderazgos se confirma. Siguiendo a Kotler y Keller (2006) y Elías (2021), la comunicación política en entornos digitales puede asumir la lógica del branding compartido, donde una “marca madre” (en este caso la de María Corina Machado) transfiere legitimidad, reputación y alcance a una “marca emergente” (en este caso Edmundo González Urrutia).

No obstante, este proceso fue visible en las tres etapas; por ejemplo, en la primera etapa se evidencia con la certificación pública del candidato; por otra parte, en la segunda etapa se demuestra con la construcción de narrativa de unidad y esperanza; y, por último, en la tercera etapa se percibe con la visualización de la fuerza popular como

prueba de legitimidad.

Además, esto también determina un aspecto esencial producto de esta investigación, y es el hecho de que la narrativa digital no se limita a describir el presente, sino que anticipa un escenario de victoria, movilizándolo así la voluntad colectiva hacia un objetivo político específico.

CONCLUSIONES

El análisis desarrollado en esta investigación permite afirmar que, en contextos políticos caracterizados por restricciones institucionales, censuras de medios tradicionales y limitaciones a la participación pública, las redes sociales fungen como espacios estratégicos para la construcción y proyección del liderazgo; y, la evidencia empírica demuestra que la comunicación digital no solo cumple funciones informativas, sino que actúa como una herramienta de articulación emocional, cohesión narrativa y legitimación colectiva.

Por otra parte, los resultados obtenidos ponen de manifiesto que la transferencia del capital simbólico opera a partir de la continuidad discursiva, la legitimación social expresada mediante interacción ciudadana y la movilización afectiva sostenida. Estos elementos permiten la consolidación y proyección de liderazgo aún cuando las vías institucionales tradicionales se encuentran limitadas, bloqueadas o censuradas.

Además, se pudo observar que las tres etapas identificadas, etapa de la incertidumbre y selección de candidatos, etapa de proyección y posicionamiento del liderazgo emergente, y etapa de campaña electoral y consecuencias, conforman un proceso secuencial que estructura la construcción simbólica del liderazgo político en entornos digitales. Dicho proceso evidencia que la legitimidad pública contemporánea se produce mediante dinámicas de participación distribuida y certificación social, más que por mecanismos formales asociados a estructuras jerárquicas.

Desde esta perspectiva, el estudio aporta una comprensión ampliada del papel de las plataformas digitales en la reconfiguración del espacio político, destacando su función como sistemas alternativos de acción colectiva y distribución del poder simbólico.

Dicho de otra manera, gracias a esta investigación se determina que la inhabilitación política no elimina por completo el capital simbólico de un líder político, sino que abre la puerta para transformarlo en un recurso transferible a otra figura o líder político emergente a través de las estrategias de comunicación digital que se pueden implementar mediante el uso de las redes sociales, las cuales se han convertido en la nueva plaza pública de líderes políticos, permitiéndoles transmitir su mensaje, proyectar su liderazgo y movilizar masas.

En consecuencia, es necesario resaltar que la comunicación política digital debe ser entendida como un instrumento decisivo para generar cohesión ciudadana, sostener procesos de liderazgo y transformar la relación entre ciudadanía, instituciones y participación.

Esta exploración también tuvo ciertas limitaciones, ejemplo de ello fue la imposibilidad de medir la conversión exacta de engagement digital o interacción digital a participación física, o incluso la dificultad de aislar el impacto de otros factores externos, entre ellos: medios internacionales, redes alternativas, entre otros.

No obstante, por otra parte se considera que este trabajo también puede ser fundamental para futuras investigacio-

nes que se enfoquen en comparar este fenómeno con otros casos en América Latina, incluso con otros casos similares en Venezuela; a su vez, también brinda un método para analizar el papel de otras plataformas digitales (TikTok, X) en procesos similares. Por último, esta tarea ayuda a medir longitudinalmente la autonomía comunicativa del líder proyectado una vez que se imposibilita la participación o candidatura del líder original.

REFERENCIAS

- Aragón Reyes, M. (1986). El control parlamentario como control político (Parliamentary control as political control). *Revista de Derecho Político*, (23), 45-72. <https://doi.org/10.5944/rdp.23.1986.8335>
- Bourdieu, P. (2016). La distinción. *Criterio y bases sociales del gusto* (Distinction: The Criteria and Social Bases of Taste). Taurus.
- Brewer-Carías, A.R. (2023). El intento de inhabilitación política contra María Corina Machado, mediante una “certificación de mera relación” prohibida por la Ley Orgánica de la Administración Pública (The attempt to politically disqualify María Corina Machado, through a “certification of mere relationship” prohibited by the Organic Law of Public Administration). *Revista de Derecho Público*, (175-176), 297-304. <https://revistadederechopublico.com/archivos/articulos/el-intento-de-inhabilitacion-politica-contra-maria-corina-machado-mediante-una-certificacion-de-mera-relacion-prohibida-por-la-ley-organica-de-la-administracion-publica>
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder* (Communication and power) (Trad. M. Hernández). Alianza Editorial.
- Cervantes, J.I. (2013). Racionalidad económica y pluralismo: Una aproximación teórica desde la sociología de la cultura de Bourdieu. En: M. Reyes y J. Linares (Coords.). *Economía y cultura* [Economic rationality and pluralism: A theoretical approach from Bourdieu's sociology of culture. In: M. Reyes and J. Linares (Eds.). *Economy and cultura*] (pp. 237-260). Universidad Nacional Autónoma de México.
- Elías, A. (2021). *Campañeando: Manual de comunicación política* (Campaigning: A Political Communication Manual). P&C/Galaxia Literaria.
- Fior, A. (2021). Centenario de la obra La opinión pública (1922), de Walter Lippmann: Un recorrido por la extensión y vigencia del concepto (Centenary of Walter Lippmann's work Public Opinion (1922): A journey through the scope and relevance of the concept). *Revista de Sociología* (7 bis), 67-86. <https://doi.org/10.5944/ts.2021.45431>
- González Grimón, S., y Brito Lorenzo, D. (2022). Sanna Marin y una nueva forma de hacer comunicación política a través de Instagram (Sanna Marin and a new way of doing political communication through Instagram). *Investigaciones Feministas*, 13(2), 745-757. <https://doi.org/10.5209/infe.84447>.
- Iriarte Vera, E.R., Almeida Lino, E.V., Medranda Vera, C.E., Lemoine Quintero, F.Á. (2024). Marketing Emocional en Redes Sociales: Cómo humanizar una conexión efectiva (Emotional marketing on social networks: how to humanize an effective). *Revista de Gestão Social e Ambiental*, 18(12), 1-23. DOI:10.24857/rgsa.v18n12-220
- Kietzmann, J.H., Hermkens, K., McCarthy, I.P., & Silvestre, B.S. (2011). ¿Redes sociales? ¡Toma en serio! Entendiendo los componentes funcionales de las redes sociales (Social Media? Get Serious! Understanding the Functional Building Blocks of Social Media). *Business Horizons*, 54(3), 241-251 <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2011.01.005>
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2006). *Dirección de marketing* (Marketing management) (12.ª ed.). Pearson Educación.
- Mena Farfán, K., La Rosa Feijoo, C., Arroyo Colco, R. y Mejía Benavides, A. (2025). Análisis de las estrategias de comunicación política en la era digital: impactando la fidelización del electorado (Analysis of political communication strategies in the digital age: impacting voter loyalty). *InveCom*, 5(3), 1-10. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14268046>
- Páez Ortiz, P. (2019). Liderazgo político y redes sociales: La evolución del uso de Instagram como medio de comunicación por líderes políticos españoles (2016-2018) [Political leadership and social media: The evolution of the use of Instagram as a means of communication by Spanish political leaders (2016-2018)] [Tesis de Maestría, Universidad de Sevilla]. <https://hdl.handle.net/11441/89328>
- Rodríguez Garavito, C. (2014). El futuro de los derechos humanos: De la vigilancia a la simbiosis (The future of human rights: From surveillance to symbiosis). *SUR. Revista Internacional de Derechos Humanos*, 1(1), 519-532. <https://sur.conectas.org/wp-content/uploads/2017/11/sur20-es-sara-burke.pdf>.
- Sartori, G. (1999). *Elementos de teoría política* (Elements of political theory) (Trad. L.M. Morán) (1.ª ed. 1992). Alianza Editorial.
- Tufekci, Z. (Jun 29, 2014). Facebook and Engineering the Public. [Medium]. <https://medium.com/message/engineering-the-public-289c91390225>
- Van Dijck, J. (2013). *La cultura de la conectividad: Una historia crítica de las redes sociales* (The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Networks). Oxford University Press.
- Zaffaroni, E.R. (2025). *La política criminal latinoamericana: De cara a la globalización* (Latin American criminal policy: Facing globalization). Cambridge University Press.