

LinkedIn como plataforma de comunicación política

Milena Trenta

*Profesora del Área de Comunicación Audiovisual y Publicidad
Universidad de La Laguna*

Josué Gutiérrez Barroso

*Profesor del Área de Sociología
Universidad de La Laguna*

Alberto Javier Báez García

*Profesor del Área de Ciencia Política y de la Administración.
Universidad de La Laguna*

Francisco Flores Muñoz

*Profesor del Área de Ciencia Política y de la Administración.
Universidad de La Laguna*

RESUMEN: La meta del presente estudio es explorar el potencial que tiene la red social profesional LinkedIn como medio de diálogo multidireccional en el ámbito de la comunicación política a nivel global, y en términos de percepción de liderazgo. Para ello, se realiza un análisis de diversos enfoques teóricos que resultan pertinentes, así como una exploración de noticias relevantes a nivel internacional que han tenido a las redes sociales, sus ventajas y riesgos, en el foco. Adicionalmente se llevará a cabo un análisis descriptivo de algunos casos ilustrativos de líderes mundiales muy activos en dicho entorno digital. Los resultados del trabajo permitirán una mejor aproximación posterior al fenómeno de la comunicación política en redes sociales de tipo profesional.

Palabras clave: comunicación política, liderazgo, LinkedIn.

ABSTRACT: The aim of this study is to explore the potential of the professional social network LinkedIn as a means of multidirectional dialogue in the field of global political communication, and in terms of leadership perception. To achieve this, an analysis of various relevant theoretical approaches is conducted, along with an exploration of internationally relevant news that has focused on social media, its advantages, and risks. Additionally, a descriptive analysis of some illustrative cases of highly active world leaders in this digital environment will be carried out. The results of the study will allow

for a better subsequent understanding of the phenomenon of political communication on professional social networks.

Keywords: political communication, leadership, LinkedIn.

SUMARIO: 1. INTRODUCCIÓN. 2. METODOLOGÍA. 3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN. 4. CONCLUSIONES. 5. BIBLIOGRAFÍA.

1. INTRODUCCIÓN

Las sociedades modernas se caracterizan por un alto grado de digitalización, ya no sólo en los países más desarrollados. En 2020, un 60% de la población mundial disponía de conexión a Internet, (Ritchie *et al.*, 2023) incluyendo por supuesto no sólo a la Unión Europea o a los Estados Unidos, sino regiones como India (46%) o México (76%) (World Bank data, 2024), que en 2024 enfrentan también procesos electorales muy significativos.

Dicha digitalización afecta a diferentes órdenes de actuación humana, desde el entretenimiento, a la educación, desde el comercio y el trabajo hasta la participación política, y ha transformado también la manera en que interactuamos y nos desenvolvemos en el mundo. Desde sus primeras etapas hasta su pleno desarrollo, esta revolución tecnológica ha permeado múltiples aspectos sociales. En el ámbito del entretenimiento, por ejemplo, ha brindado acceso a una variedad sin precedentes de contenidos a través de las denominadas `plataformas de *streaming*,´ redes sociales y videojuegos en línea. En el ámbito educativo, ha facilitado el acceso a recursos educativos en abierto, cursos a distancia y herramientas de colaboración digital, invitando así a nuevos planteamientos sobre el papel de las instituciones educativas. En el comercio, la digitalización ha dado lugar al auge de las transacciones electrónicas e incluso de nuevos medios de pago como las criptomonedas, permitiendo a los consumidores realizar compras desde la comodidad de sus hogares y a las empresas expandir su alcance a mercados globales. En el ámbito laboral, ha introducido nuevas formas de trabajo remoto, colaboración en línea y automatización de tareas. Además, la digitalización ha permeado incluso la esfera política, facilitando la participación ciudadana a través de redes sociales, plataformas de participación en línea y sistemas de votación electrónica en diferentes jurisdicciones, aspectos estos últimos que son aún objeto de debate académico y político.

Los propios procesos de digitalización han evolucionado, hacia paradigmas cada vez más multidireccionales. Las redes sociales protagonizan este fenómeno, en el que las personas buscan interactuar y ser co-protagonistas del contenido y del discurso que se genera en línea. El uso de estas redes sociales digitales (las más populares sin duda, las que derivan de la multinacional Meta —Facebook, Instagram—), en particular por parte de la juventud, es muy significativo cuando es medido en términos de horas diarias promedio de utilización, que

LinkedIn como plataforma de comunicación política

oscilan, con gran diferencia entre países, entre las casi tres horas diarias de la juventud austriaca hasta las más de cinco de España, Países Bajos y Portugal (Ortiz-Espinosa, 2019). Es en este entorno digitalizado donde los procesos de acción pública y de participación ciudadana están también evolucionando, encontrando nuevas oportunidades y también enfrentando posibles riesgos añadidos.

En el ámbito de la participación política, es fundamental comprender y explorar las diversas formas en que las personas se involucran en el proceso democrático, poniendo el foco de atención en democracias consolidadas como las de los Estados y regiones que forman parte de la Unión Europea, y también en las propias instituciones de la UE. Estas formas de participación van más allá del simple acto de votar en elecciones más o menos periódicas y abarcan una amplia gama de actividades que permiten a la ciudadanía influir en las decisiones políticas y contribuir al debate público. Entre estas formas asentadas de participación se encuentran la afiliación a partidos políticos, la participación en organizaciones de la sociedad civil, la asistencia a manifestaciones o protestas, la firma de peticiones, el contacto directo con representantes electos y la participación en procesos de consulta pública. Cada una de estas formas de participación desempeña un papel crucial en el funcionamiento de la democracia, al garantizar la representación de una variedad de intereses y perspectivas en el proceso político. Además, en el contexto de la Unión Europea, donde la integración política y la toma de decisiones son complejas y abarcan diferentes niveles territoriales de actuación, la participación ciudadana adquiere una importancia aún mayor como medio para fortalecer la legitimidad y la efectividad de las instituciones europeas. En este sentido, entender y fomentar la participación política activa y diversa es fundamental para el desarrollo y la consolidación de la democracia en Europa y en todo el mundo. En este contexto, el Objetivo de Desarrollo Sostenible número 17 de las Naciones Unidas (2017), que busca fortalecer las alianzas para alcanzar los demás objetivos, cobra una relevancia particular. El fomento de la participación política activa y diversa se alinea estrechamente con este objetivo, ya que implica la colaboración entre gobiernos, sociedad civil y sector privado para promover la inclusión, la transparencia y la rendición de cuentas en la toma de decisiones. Además, el intercambio de buenas prácticas y el apoyo mutuo entre países de la Unión Europea y otras regiones del mundo pueden contribuir significativamente a fortalecer las instituciones democráticas y promover la convivencia pacífica y la cooperación con otros bloques en un entorno geopolítico que precisa de una urgente distensión. Y ello, como se apuntaba más arriba, en un entorno digitalizado, que ofrece tanto oportunidades amplificadas como nuevos riesgos. Las mismas herramientas digitales que pueden ayudar a potenciar la acción de la sociedad civil pueden ser utilizadas también como arma contra la democracia y la libertad de expresión, afectando al derecho a recibir información veraz, minando así el proceso de comunicación política. Si del lado de las oportunidades encontramos una amplia variedad de ellas (mejor acceso a la información, variedad de fuentes para poder contrastar las distintas asevera-

ciones políticas, mecanismos de movilización social que incrementan el poder de convocatoria de personas y organizaciones, monitorización de la opinión y sondeos más precisos), del lado de los riesgos es posible igualmente hallar un abanico ancho (desinformación, ataques a la privacidad y a la seguridad digital, etc.); y entre dichos riesgos quizás el más paradigmático sea el de las *deepfakes*, que consisten en noticias, vídeos, imágenes, audios, u otros recursos digitales, falsos, creados con el soporte de la Inteligencia Artificial generativa, muy difíciles de refutar debido a la gran calidad y aparente autenticidad que presentan en su elaboración, y que tienen un propósito malintencionado o claramente delictivo. La arena política se presta lamentablemente al uso de este tipo de ardid con el objeto de desprestigiar a determinadas personalidades, líderes, partidos u otras organizaciones con relevancia política. Algunos de estos ataques pueden provenir de terceros países que pretenden con ello desestabilizar a las democracias más consolidadas, como las europeas, en un entorno geopolítico crispado.

Sea como fuere, de entre las redes sociales más populares globalmente surge LinkedIn como caso particular que merece especial atención y estudio. Si bien el uso de aplicaciones en lugar de navegadores para explorar Internet puede desvirtuar la clasificación, LinkedIn se sitúa, en cuanto a visitas en febrero de 2024, en el puesto número 19 globalmente según Similarweb, por encima de Netflix u OpenAI. LinkedIn es una red social profesional que tiene como objetivo principal conectar a profesionales de diversos sectores, incluyendo el ámbito público y privado, para facilitar el *networking* y promover oportunidades laborales y de negocio. Fundada en 2002 por Reid Hoffman y lanzada oficialmente en 2003, LinkedIn se ha convertido en una plataforma muy relevante para establecer conexiones laborales y desarrollar una marca personal en línea. Sus funcionalidades principales incluyen la creación de perfiles profesionales detallados, la búsqueda y aplicación de empleos, la participación en grupos de discusión y la publicación de contenido relevante para cada sector o actividad profesional. A lo largo de los años, LinkedIn ha evolucionado para ofrecer una variedad de servicios adicionales, como herramientas de marketing para empresas, soluciones de reclutamiento de candidatos para empleadores y también programas de aprendizaje en línea. Con más de 850 millones de usuarios en todo el mundo (LinkedIn, 2024), esta plataforma difiere sustancialmente de otras de propósito más general. LinkedIn se distingue de otras redes sociales por su enfoque profesional y menos personalizado, lo que se refleja en perfiles más formales y neutrales. Esta naturaleza profesional reduce los riesgos asociados con la privacidad y la seguridad que a menudo plantean otras plataformas sociales. Además, al menos hasta el momento, LinkedIn ha permanecido relativamente exenta de los escándalos y el escrutinio que han afectado a otras redes sociales, lo que ha contribuido a su reputación como una plataforma confiable y centrada en el ámbito profesional. Desde la propia red se tratan de promover determinados usos, como el de participación política, en tanto se constata una cierta juventud entre los miembros de dicha red —lógicamente, al ser un foco de ofertas de empleo—,

LinkedIn como plataforma de comunicación política

estimándose que un 59% de usuarios tiene entre 25 y 34 años (Comes, 2023). La presencia de profesionales del ámbito de la consultoría política en esta red es también notoria como indicio de que las esferas profesionales y de actividad política pueden confluír en dicha plataforma.

Esto es particularmente relevante en las denominadas democracias liberales (*liberal democracies*) según la clasificación de Lührmann *et al.* (2018) y recopilada por Herre (2021), entre las que encontraríamos, entre otros, a la práctica totalidad de los países de la UE y socios comerciales como Islandia, Noruega y Suiza, etc. así como a Argentina, Australia, Corea del Sur, EE.UU., Japón, Nueva Zelanda, Panamá, Reino Unido o Uruguay. De acuerdo con esta clasificación (*Varieties of Democracy (V-Dem) project*), las personas que viven bajo estos regímenes políticos tienen derecho no sólo a elegir a sus representantes en las cámaras legislativas (en algunos de ellos también a la primera figura ejecutiva o jefatura de Estado) mediante elecciones justas, libres y fiables en un entorno multipartidista, sino que también disfrutan de la protección de derechos para las minorías y de un sistema judicial y parlamentario que vigila y controla efectivamente la acción de la rama ejecutiva del gobierno. En estos entornos altamente democráticos la acción ciudadana, también en la esfera digital, es clave para monitorizar la actividad pública de manera activa y participativa, en tanto la interactividad amplifica las democracias liberales (Røiseland y Vabo, (2016).

Las reflexiones de este estudio son particularmente relevantes por dos razones: en primer lugar, el año 2024 está siendo un año récord en términos de procesos electorales en todo el planeta, como recogía el World Economic Forum (2023). Los comicios involucran a 900 millones de votantes en la India entre abril y mayo, 100 millones en México el 2 de junio y 400 millones en la UE entre el 6 y el 9 de junio para el Parlamento Europeo, así como a 160 millones de votantes en EE.UU. para las presidenciales del 5 de noviembre; además celebrarán elecciones en Indonesia, Irán, Pakistán, Rusia —fuertemente marcadas por el conflicto de Ucrania— y Sudáfrica, entre otros territorios.

En segundo lugar, la emergencia de la Inteligencia Artificial generativa y el compromiso marcado de las instituciones de la Unión Europea por aprovechar sus potencialidades y mitigar los posibles riesgos es también candente, y se ejemplifica en la publicación, en el mismo mes de marzo de 2024, de las directrices sobre las medidas recomendadas para las plataformas en línea y los motores de búsqueda de muy gran tamaño para mitigar los riesgos sistémicos en línea que puedan afectar a la integridad de las elecciones, con orientaciones específicas para las próximas elecciones al Parlamento Europeo de junio (*guidelines on recommended measures to Very Large Online Platforms and Search Engines to mitigate systemic risks online*) (EU Commission, 2024), que incluye medidas muy específicas, como exigir que los anuncios con contenido político, así como los anuncios generados por IAs generativas, lleven un etiquetado específico advirtiéndolo.

Por todas las consideraciones anteriores, el propósito de esta investigación es motivar la reflexión y realizar un análisis exploratorio del potencial de la plataforma digital profesional LinkedIn como un medio relevante para la comunicación política a escala global, centrándose específicamente en su capacidad para influir en la percepción del liderazgo. Para lograr este objetivo, se llevará a cabo una aproximación a distintos enfoques teóricos relevantes, así como una evaluación descriptiva de determinadas noticias y eventos internacionales que han puesto de relieve tanto las ventajas como los riesgos asociados con el uso de las redes sociales. Además, se realizará una reflexión sobre casos relevantes a nivel global que pueden ilustrar la participación de líderes mundiales en el entorno digital de LinkedIn. Se espera que los hallazgos de este estudio proporcionen una base más sólida para comprender mejor la dinámica de la comunicación política en las redes sociales profesionales.

2. METOLOGIA

Para tratar de aproximarnos a los retos planteados, en este artículo se realizan reflexiones desde diversos enfoques teóricos que resultan pertinentes, así como una exploración de noticias relevantes a nivel internacional que han tenido a las redes sociales, sus ventajas y riesgos, en el foco. Adicionalmente se llevará a cabo un análisis descriptivo de algunos casos ilustrativos de líderes mundiales muy activos en dicho entorno digital, que pueden ilustrar y revelar determinados usos en el contexto de la participación política. Para la primera de las tareas planteadas, siguiendo el modelo de revisión de literatura académica de Valentinetti y Flores Muñoz, 2021, basado a su vez en Torracco, 2005, se ha utilizado un enfoque de “análisis integrador”, en particular alrededor de las visiones conceptuales de la comunicación política, *social capital* así como del liderazgo político.

Para la segunda de las tareas planteadas, se han escogido los perfiles de personas y organizaciones que se detallan en la tabla 1, que, aún sin pretensión de generalización estadística ni exhaustividad, suponen a todas luces una muestra relevante del liderazgo político global, balanceado en términos de género y geográfico. Las personas escogidas ostentan en la actualidad sus respectivos cargos políticos e institucionales, y se ha escogido también la organización política de mayor alcance, o más reciente, de entre sus posibles diversas afiliaciones.

Tabla 1. Perfiles LinkedIn analizados

Unión Europea		
Persona	Cargo	Partido político
Roberta Metsola	Presidenta del Parlamento Europeo	Partido Popular Europeo
Charles Michel	Presidente del Consejo Europeo	Renew Europe
Ursula von der Leyen	Presidenta de la Comisión Europea	Partido Popular Europeo

LinkedIn como plataforma de comunicación política

Estados Unidos		
Persona	Cargo	Partido político
Joe Biden	Presidente de los Estados Unidos	Partido Demócrata
Kamala Harris	Vicepresidenta de los Estados Unidos	Partido Demócrata
India		
Persona	Cargo	Partido político
Draupadi Murmu	Presidenta de la India	Bharatiya Janata Party
Narendra Modi	Primer Ministro de la India	Bharatiya Janata Party

3. RESULTADOS Y DISCUSION

Abordamos en primer lugar la reflexión que emerge de la literatura analizada. Las primeras nociones surgen al aproximarnos a los estudios sobre *social capital*. El capital social es un concepto que se refiere a los recursos y beneficios que se obtienen a través de la participación en redes sociales. Estas redes pueden ser formales, como asociaciones o grupos de trabajo, o informales, como grupos de amigos o familiares. Spottswood y Wohn (2020) revisan estudios que se ocupan de esta materia, pero en entornos digitalizados, destacando la creciente dificultad para distinguir entre el capital social *online* y *offline*, ya que las interacciones digitales influyen significativamente en nuestras vidas reales. Se están explorando nuevas plataformas digitales, más allá de los sitios tradicionales de redes sociales, como medios para construir capital social, prestando atención a la especificidad de los tipos de capital social que se pueden obtener en línea, como el apoyo informativo y el sentido de pertenencia. Además, se investiga cómo el aprovechamiento del capital social en línea contribuye positivamente al bienestar personal. La investigación está ampliando su alcance para incluir poblaciones más diversas, más allá del enfoque previo predominante en estudiantes universitarios, para entender mejor estos fenómenos, tratándose por tanto de una línea de investigación inacabada. Por su parte Utz (2016) investiga cómo el uso de LinkedIn, Twitter y Facebook se relaciona con beneficios informativos profesionales, como el acceso a información relevante y oportunidades de carrera, entre usuarios holandeses en línea. Sus resultados apuntan a que LinkedIn y Twitter ofrecen mayores beneficios informativos. La naturaleza de las publicaciones que realizan los usuarios, así como seleccionar contactos estratégicamente, especialmente en LinkedIn, son factores que influyen significativamente en los beneficios obtenidos. Este trabajo resalta la relevancia del marco conceptual de *social capital* en el estudio de las redes sociales profesionales. Sin duda estos estudios apuntan a potenciales ventajas tanto para líderes políticos como para personas que decidieran utilizar redes como LinkedIn para contribuir al debate

político. Del lado de los líderes políticos, una plataforma como LinkedIn les brinda acceso a una audiencia profesional y especializada, lo que les permite llegar a personas interesadas en temas políticos relevantes. Además, les permite construir credibilidad y reputación al compartir contenido relevante y participar en discusiones sobre temas políticos y sociales. Asimismo, posibilita la interacción directa con seguidores y electores, permitiéndoles responder a preguntas e inquietudes de manera rápida y transparente. LinkedIn también ofrece la oportunidad de establecer alianzas y colaboraciones con otros profesionales y líderes de opinión. Finalmente, al ser una red global, les permite alcanzar una audiencia internacional, lo que puede ser útil para promover sus ideas y propuestas a una escala más amplia. Por si fuera poco, como indican Can y Alatas (2019), a medida que las personas vierten en estas redes sus opiniones y emociones, ponen a disposición del análisis político una materia prima muy abundante, que puede ser de gran valor para la formulación de las estrategias políticas, aunque ello requiera de sofisticadas técnicas como las que presenta Borgatti *et al.* (2024) y software especializado. Y del lado de las audiencias interesadas, esa sociedad civil cada vez más activa, puede acceder a contenido político y participar en debates de manera directa y transparente. Esto les permite expresar sus opiniones, compartir información relevante y conectarse con otros profesionales y líderes de opinión en temas de interés político y social. Además, LinkedIn ofrece acceso a recursos educativos y oportunidades de aprendizaje que pueden ayudar a los ciudadanos a comprender mejor los problemas políticos y a participar de manera más informada en el proceso democrático. Asimismo, la plataforma facilita la formación de comunidades y grupos de interés en torno a causas políticas específicas, lo que permite a los ciudadanos unirse con otros que comparten sus preocupaciones y trabajar juntos para promover el cambio social y político. Siegel (2009) apunta que en efecto las decisiones y criterios políticos raramente se alcanzan a nivel individual, sino que las redes tienen un efecto clave en la toma de decisiones y en la formación de opinión colectiva en tanto que, como señala Campbell (2013) dichas opiniones y decisiones individuales se pueden ver influenciadas por factores culturales, religiosos, educativos, etc., que también tienen una fuerte dimensión social.

Las redes sociales más populares a nivel global, con su propósito diverso y su audiencia polifacética, no han estado exentas de controversia. El Senado de EE.UU. llevó a cabo recientemente una audiencia en la que se cuestionó a líderes de las principales redes sociales, como Mark Zuckerberg de Meta (Facebook), Shou Zi Chew de TikTok, y otros, sobre la explotación de menores en internet. Los legisladores criticaron duramente a las compañías, acusándolas de no hacer lo suficiente para proteger a los niños y adolescentes de contenido perjudicial en sus plataformas. Los testimonios emotivos de padres de víctimas de abusos en línea aumentaron la tensión del evento. A pesar de las expresiones de pesar de los ejecutivos, fueron cuestionados sobre las medidas concretas que están tomando para garantizar la seguridad de los usuarios más jóvenes. En un

LinkedIn como plataforma de comunicación política

contexto de creciente preocupación por los efectos negativos de las redes sociales en la juventud, el Congreso busca promover legislaciones que aumenten la protección de los menores en línea y presionar a las empresas tecnológicas para que asuman una mayor responsabilidad (*El País*, 31-01-2024). Todo ello abunda en la idea inicial de que una red social profesional más neutral puede ser más adecuada para la participación política, como atestiguan casos de altísimo impacto como el de Emmanuel Macron, con 2,8 millones de seguidores, o el de Justin Trudeau, primer ministro de Canadá, con casi 5,5 millones.

Es en estos contextos donde surgen nuevos modos de popularidad, nuevos modelos sociales con gran impacto en especial en la juventud y en la evolución de los hábitos sociales. Frente a la preocupación por la influencia negativa de ciertos *influencers* en plataformas generalistas, LinkedIn parece ofrecer un espacio donde el contenido más neutral y técnico puede servir de inspiración y guía para una audiencia joven interesada en la política. Al enfocarse en el desarrollo profesional y el intercambio de conocimientos prácticos, LinkedIn puede ayudar a fomentar una generación de jóvenes motivados, informados y preparados para contribuir constructivamente al discurso político y al bienestar de sus comunidades. LinkedIn se distingue por su enfoque en lo profesional y lo técnico, favoreciendo perfiles y contenidos que son más neutrales y orientados hacia el desarrollo de carrera, la educación y el logro profesional, ofreciendo ejemplos de liderazgo y logros basados en la competencia y la ética de trabajo. En LinkedIn, los jóvenes pueden encontrar inspiración en líderes y profesionales que no solo discuten sus éxitos y desafíos de manera abierta, sino que también comparten conocimientos y experiencias que son directamente aplicables al mundo real, incluido el ámbito político. A diferencia de otras plataformas, donde el contenido puede centrarse en la personalidad, la intimidad o las anécdotas casuales del *influencer*, LinkedIn pone el énfasis en la experiencia, los resultados y las contribuciones reales a la comunidad y al sector. Al observar y conectar con estos modelos a seguir, los jóvenes pueden adquirir una comprensión más matizada y práctica de lo que implica el liderazgo efectivo y la responsabilidad cívica. Además, LinkedIn alienta a sus usuarios a participar en discusiones, unirse a grupos de interés y seguir a organizaciones relevantes, lo cual puede ayudar a los jóvenes a construir su red de contactos profesionales y políticos desde una edad temprana. Esto no solo amplía su comprensión de los temas que les interesan, sino que también les brinda acceso a oportunidades de mentoría, prácticas profesionales y voluntariado que pueden enriquecer su experiencia y perspectiva.

Otra perspectiva de este nuevo entorno digital es que permite una nueva aproximación a la tensión entre democracias y tecnocracias. LinkedIn, con su enfoque profesional y técnico, ofrece un escenario único para el debate político, donde no solo se facilita la interacción directa entre líderes y sus audiencias, sino que también permite una mayor visibilidad de los méritos técnicos de estos líderes. Este enfoque ayuda a destacar las competencias y experiencias específicas de los actores políticos, proporcionando una plataforma para que

demuestren su capacidad y conocimiento en áreas relevantes para sus roles y propuestas. Al hacerlo, LinkedIn puede contribuir a una forma más informada y sustantiva de debate político, donde los argumentos se basan en hechos y logros profesionales. Sin embargo, este mismo enfoque profesional y técnico introduce una nueva dinámica en la relación entre democracia y tecnocracia. Por un lado, la promoción de méritos técnicos y profesionales en el debate político puede favorecer una comprensión más profunda y basada en evidencia de los problemas y soluciones propuestas, apoyando así principios democráticos de transparencia, responsabilidad y participación informada. Por otro lado, el énfasis en la experiencia técnica podría inclinar la balanza hacia una preferencia por líderes que poseen conocimientos especializados, potencialmente elevando el estatus de la tecnocracia, donde las decisiones se basan más en el conocimiento experto que en la voluntad popular. En este contexto, LinkedIn se presenta como un doble filo: por un lado, democratiza el debate político al permitir un intercambio más directo y fundamentado entre políticos y ciudadanos, y por otro, plantea el desafío de equilibrar la valoración de la *expertise* técnica con los principios de participación y representación democráticas. Además, como sugieren Tang *et al.*, (2019) y Jha *et al.*, (2017), las redes sociales pueden tener como utilidad reducir la corrupción al imponer un mayor nivel de escrutinio sobre las personas con liderazgo político; también, Carnes y Lupu (2023) reflexionan sobre el nivel económico de los políticos como parte de su perfil público, lo que a veces puede generar desafección en los votantes, mientras que Shepherd y Yhou (2020) completan el ciclo cuestionándose qué actividad profesional prosiguen esas personas tras dejar sus puestos públicos. Estos estudios ponen de relieve la dicotomía entre preferir líderes bien formados y exitosos como mayor confianza de una gestión eficiente, y la sospecha de que una carrera profesional anterior o posterior al cargo implique conflicto de intereses con la gestión pública. En ambos casos, comoquiera que LinkedIn permite monitorizar esa vida profesional, la red social posibilita al menos un análisis más fundado al respecto. La clave para resolver este dilema reside en cómo se utiliza la plataforma: puede ser un medio para enriquecer la democracia, siempre y cuando se mantenga un equilibrio entre destacar las cualificaciones técnicas de los líderes y fomentar una participación inclusiva y diversa que respete los principios democráticos fundamentales.

Una vez realizado el recorrido sobre diversas reflexiones que apuntan hacia potencialidades de esta red social, resulta pertinente detenerse en algunos ejemplos paradigmáticos, como se adelantaba en la sección de Metodología. Se recogen en la tabla 2 algunas métricas propias de la red social LinkedIn, así como en la tabla 3 un breve glosario que permite contextualizarlas más adecuadamente y que contiene también una aportación adicional en términos de lo que cada métrica puede suponer de utilidad en el liderazgo político.

LinkedIn como plataforma de comunicación política

Tabla 2a. Principales métricas de actividad y repercusión en LinkedIn, personas.

Unión Europea							
Persona	Cargo	Partido político	Enlace	Conexiones	Seguidores	Recomendaciones (máximo del rango)	Actividad
Roberta Metsola	Presidenta del Parlamento Europeo	Partido Popular Europeo (1)	https://www.linkedin.com/in/robertametsolapresidentep/	+500	116.788	+99 Policy analysis Politics Strategic planning	Publicaciones en varios formatos. Frecuencia semanal. Interacciones medias en torno a 1000 personas.
Charles Michel	Presidente del Consejo Europeo	Renew Europe	https://www.linkedin.com/in/charles-michel-eu/	No declaradas	144.906	+99 Politique européenne	Publicaciones en varios formatos. Frecuencia semanal. Interacciones medias en torno a 400 personas.
Ursula von der Leyen	Presidenta de la Comisión Europea	Partido Popular Europeo	https://www.linkedin.com/in/ursula-von-der-leyen/	No declaradas	1.411.759	No declaradas	Publicaciones en varios formatos. Frecuencia semanal. Interacciones medias en torno a 50-150 personas.
Estados Unidos							
Persona	Cargo	Partido político					
Joe Biden	Presidente de los Estados Unidos	Partido Demócrata (2)	No disponible				
Kamala Harris	Vicepresidenta de los Estados Unidos	Partido Demócrata	No disponible				
India							
Persona	Cargo	Partido político					
Draupadi Murmu	Presidenta de la India	Bharatiya Janata Party	No disponible				
Narendra Modi	Primer Ministro de la India	Bharatiya Janata Party	https://www.linkedin.com/in/narendramodi/	No declaradas	4.266.707	Diversas aptitudes declaradas, sin validación por otros: Leadership Government Politics	Publicaciones con frecuencia bimensual. Interacción masiva con rangos entre 15.000 y 100.000

Tabla 2b. Principales métricas de actividad y repercusión en LinkedIn, organizaciones

Organizaciones políticas	Enlace	Seguidores	Miembros asociados	Detalles sobre las últimas publicaciones
⁽¹⁾ European Peoples, Party	https://www.linkedin.com/company/european-people-s-party/	7131	39 sobre 11-50 empleados	Actividad poco frecuente, espaciadas por varios meses, preferentemente en formato vídeo, interacción media entre 5 y 15 personas.
Renew Europe	https://www.linkedin.com/company/reneweuropigroup/	11307	72 sobre 51-200 empleados	Actividad muy frecuente, varias publicaciones semanales en varios formatos (imagen, vídeo) con interacciones medias entre 10 y 20.
⁽²⁾ Democratic National Committee	https://www.linkedin.com/company/democratic-national-committee/	45850	861 sobre 201-500 empleados	Preferencia por publicaciones en modo de imágenes fijas. Publicaciones cada varios meses. Repercusión de entre 150 a 400 recomendaciones.
Bharatiya Janata Party	https://www.linkedin.com/company/bjp4india/	8097	698 sobre más de 10.000 empleados	Preferencia por publicaciones en modo de vídeos. Repercusión escasa (máximos de 10 o 12 recomendaciones por publicación).

Tabla 3a. Glosario de métricas en LinkedIn y su interpretación, en el caso de una persona con liderazgo político

Métrica	Descripción	Significado para liderazgo político
Conexiones	Número de conexiones directas. Muestra “500+” después de superar ese número.	Una alta cantidad de conexiones directas refleja una amplia red de contactos en diversos sectores, potencialmente aumentando su influencia y capacidad para impulsar iniciativas.
Seguidores	Cantidad de personas que siguen el perfil, posiblemente mayor al número de conexiones.	Los seguidores pueden incluir votantes, interesados en la política y profesionales de diversos campos, ampliando el alcance de sus mensajes y propuestas.
Recomendaciones	Comentarios de otros usuarios que respaldan las habilidades o experiencia laboral.	Recomendaciones de colaboradores, colegas políticos y ciudadanos pueden fortalecer la credibilidad y la percepción pública de su liderazgo y logros.

LinkedIn como plataforma de comunicación política

Métrica	Descripción	Significado para liderazgo político
Validaciones de habilidades	Número de validaciones que otras personas han dado a las habilidades enumeradas.	Validaciones en habilidades como liderazgo, negociación y oratoria subrayan las competencias clave para un líder político, aumentando su perfil profesional ante el electorado y colegas.
Actividad	Publicaciones, artículos, videos y otros contenidos compartidos.	La actividad refleja la capacidad de influir en el debate público y mantenerse visible y relevante.
Experiencia y educación	Historial de trabajo y formación académica.	Ofrece un vistazo a la trayectoria y preparación del líder; mostrando su experiencia y formación que respaldan su capacidad para gobernar.
Proyectos, idiomas y otras secciones	Proyectos específicos, idiomas que domina y otras secciones relevantes.	Los proyectos pueden ilustrar iniciativas lideradas o apoyadas, mientras que el dominio de idiomas refleja capacidad para comunicarse internacionalmente.

Tabla 3b. Glosario de métricas en LinkedIn y su interpretación, en el caso de una organización política

Métrica	Descripción	Significado para un partido político
Seguidores	Número de personas que siguen el perfil de la organización.	Indica el alcance y la influencia del partido en LinkedIn, reflejando el interés que genera entre profesionales y posibles simpatizantes.
Actualizaciones de la organización	Publicaciones que la organización comparte.	Muestra la frecuencia y el tipo de comunicación del partido con su audiencia, incluyendo iniciativas, eventos y logros políticos.
Empleados en LinkedIn o miembros asociados	Número de empleados del partido que tienen perfiles en LinkedIn.	Proporciona una visión de la magnitud y la presencia profesional del partido en la plataforma, así como de su estructura y diversidad interna.
Vínculos promocionados	Enlaces patrocinados que dirigen a los usuarios a páginas externas.	Permite al partido dirigir tráfico a campañas específicas, donaciones o eventos, mostrando áreas de enfoque clave.
Interacciones	<i>Engagement</i> que reciben las publicaciones del partido.	Refleja cómo resuena su mensaje entre los profesionales y potenciales simpatizantes en la plataforma.
Especialidades	Áreas clave de enfoque o especialización del partido.	Destaca los temas y valores centrales que el partido promueve, ayudando a alinear intereses con simpatizantes potenciales.
Información sobre la organización	Detalles como el tamaño y la sede.	Ofrece contexto sobre la estructura y el alcance del partido, así como su ubicación y ámbito de operación.

Los datos recopilados permiten discernir que el uso de LinkedIn por parte de algunos líderes políticos está teniendo un gran impacto. Paradójicamente no en los dos principales líderes estadounidenses en el cargo, pero sí en sus colegas europeos y en el caso particular del líder indio, que es el que arroja un mayor grado de repercusión con sus publicaciones. Otro aspecto a destacar es que LinkedIn parece ser de momento esfera de los/as líderes, y no tanto de las organizaciones que, salvo el caso del partido demócrata estadounidense —en su espacio de comité nacional—, no parecen alcanzar el impacto de sus correspondientes líderes. Los perfiles de LinkedIn de tres destacadas personas líderes europeas muestran variadas estrategias de comunicación y alcance dentro de esta red profesional. Roberta Metsola, Presidenta del Parlamento Europeo, del Partido Popular Europeo, destaca por tener más de 500 conexiones y 116.788 seguidores, demostrando su habilidad en áreas como análisis de políticas, política y planificación estratégica, con recomendaciones que superan las 99. Publica contenido en varios formatos con una frecuencia semanal, logrando una media de interacciones en torno a 1000 personas, lo que refleja un alto nivel de *engagement* con su audiencia. Por su parte, Charles Michel, Presidente del Consejo Europeo y miembro de Renew Europe, no declara sus conexiones, pero acumula 144.906 seguidores, y más de 99 recomendaciones en política europea. Su estrategia de publicación es similar en frecuencia a la de Metsola, pero sus interacciones promedio son de aproximadamente 400 personas. Ursula von der Leyen, Presidenta de la Comisión Europea y también del Partido Popular Europeo, no especifica sus conexiones, aunque sorprende con 1.411.759 seguidores. Aunque no declara recomendaciones, su frecuencia de publicaciones es semanal, similar a los otros líderes, pero sus interacciones oscilan entre 50 y 150 personas, lo que podría reflejar una estrategia de contenido más institucional o una menor interacción directa con los seguidores. Estos perfiles evidencian cómo líderes políticos en la UE utilizan LinkedIn no solo para ampliar su red de contactos profesionales, sino también como una plataforma clave para la divulgación de su trabajo y el fomento del debate político, aunque con distintos niveles de interacción y estrategias de contenido. El perfil de LinkedIn del Primer Ministro de la India, Narendra Modi, del Bharatiya Janata Party, destaca por su amplia base de seguidores, con más de 4,266,707, mostrando su gran alcance en esta plataforma. Aunque no declara sus conexiones, su perfil refleja diversas aptitudes en liderazgo, gobierno y política, aunque estas no están validadas por otros usuarios. Modi publica contenido con una frecuencia bimensual, lo que puede reflejar una estrategia de comunicación más pausada pero deliberada. Sus publicaciones generan una interacción masiva, con un rango entre 15,000 y 100,000 interacciones, lo que sugiere un alto nivel de compromiso y atención por parte de su audiencia. Estos datos subrayan la importancia de LinkedIn como una herramienta clave para la comunicación política a nivel internacional, permitiendo a líderes como Modi llegar a una audiencia global y participar en el debate político en un entorno profesional. Los datos recopilados sobre la actividad de organizaciones políticas en LinkedIn sugieren que esta red social tiende a ser más frecuentada

LinkedIn como plataforma de comunicación política

por individuos que por entidades políticas en sí mismas. La European People's Party, por ejemplo, cuenta con aproximadamente 7,131 seguidores en su página oficial de LinkedIn, con un número de miembros asociados que oscila entre 11 y 50 empleados. Sin embargo, su actividad en la plataforma es poco frecuente, con publicaciones espaciadas por varios meses y preferentemente en formato de vídeo, generando una interacción media entre 5 y 15 personas. Por otro lado, Renew Europe, con 11.307 seguidores y 72 miembros asociados, muestra una actividad más intensa, con varias publicaciones semanales en diversos formatos (imagen, vídeo), y una interacción media entre 10 y 20 personas. En contraste, organizaciones políticas como el Democratic National Committee y el Bharatiya Janata Party, con 45.850 y 8.097 seguidores respectivamente, muestran preferencia por las publicaciones en formato de imágenes fijas y vídeos, aunque con distintos niveles de interacción y repercusión. Mientras que el DNC presenta una actividad más esporádica, con publicaciones cada varios meses y una repercusión que oscila entre 150 y 400 recomendaciones, el BJP tiene una repercusión más modesta, con un máximo de 10 o 12 recomendaciones por publicación. A falta de un estudio en mayor profundidad en línea con los realizados por Artega (2021), a nivel global, estos datos preliminares sugieren que, aunque algunas organizaciones políticas mantienen presencia en LinkedIn, su actividad y nivel de interacción varían significativamente, y en general, los perfiles individuales de líderes políticos parecen ser más prominentes en esta red social que las entidades políticas en sí mismas.

4. CONCLUSIONES

Las redes sociales son sin duda los recursos digitales más populares, si exceptuamos la emergencia de las herramientas de Inteligencia Artificial generativa, cuya integración se producirá de manera cada vez más intensa en un futuro muy próximo. Las personas y organizaciones con inquietud y vocación política no ignoran que en estas nuevas ágoras virtuales pueden captar la atención y motivar la acción de sus respectivas audiencias, lo que obliga a replantear las estrategias clásicas de comunicación política. Si bien el liderazgo político siempre estuvo relacionado con la reputación personal de sus protagonistas, en esta época de máxima transparencia digital (y máxima capacidad de engaño) este solapamiento entre lo personal y lo profesional se hace más evidente si cabe, máxime cuando, como señalan Sørensen (2020) y Sørensen y Torfing (2016), los nuevos líderes públicos necesitan involucrar a la sociedad para potenciar y legitimar sus políticas de manera interactiva. Aunque por supuesto no hay herramientas definitivas ni perfectas, la presente investigación invita a observar con más detenimiento a la red social LinkedIn, como un entorno aparentemente más neutro y profesional en el que tuvieran cabida mensajes e interacciones más constructivas, menos crispadas y polarizadas, y donde los perfiles profesionales de cada líder político pueden servir para reforzar la marca personal, la reputa-

ción y resultar, incluso, inspiradores para las personas más jóvenes y de talento, haciendo compatible un alto perfil técnico y profesional con la preocupación y el compromiso por la gestión pública, a la vez que permite el control de posibles conflictos de intereses.

Desde diferentes ámbitos académicos parece entreverse un interés creciente en este tipo de investigaciones. En el ámbito de la Ciencia Política y de la Administración, surgen preguntas al respecto del nuevo rol de los líderes y de la transformación de la militancia clásica en nuevas formas de interacción con los partidos y otras organizaciones. Desde la Sociología y las Ciencias de la Comunicación también surgen tareas pendientes relacionadas con la percepción social, la marca personal y la implicación de la juventud en el nuevo ecosistema político digital global. Por otro lado, las instituciones de la Unión Europea parecen cada vez más comprometidas y preocupadas con el reto de garantizar el acceso a información digital veraz para fortalecer los procesos democráticos, así como con la necesidad de una mayor preocupación por los riesgos que emergen tanto dentro como desde fuera de la UE. La evidencia empírica explorada, ha proporcionado algunos ejemplos ilustrativos que permiten ver hasta qué punto LinkedIn está ya presente en la bandeja de opciones comunicativas de líderes y organizaciones a nivel global. Todo ello invita por tanto a una mayor profundización en este objeto de estudio.

Financiación

El presente artículo se enmarca en el contexto del proyecto siguiente: Vulnerabilidad, precariedad y brechas sociales. ¿Hacia una redefinición de los derechos fundamentales? PID2020-114718RB-I00 del Ministerio de Ciencia e Innovación.

5. BIBLIOGRAFÍA

- Arteaga, J. V. (2021). La comunicación política en la red social LinkedIn. En Oportunidades para la participación y la democratización de las organizaciones en el siglo XXI (pp. 293-308). Dykinson.
- Borgatti, S. P., Everett, M. G., Johnson, J. C., y Agneessens, F. (2024). Analyzing social networks. SAGE Publications Limited.
- Campbell, D. E. (2013). Social networks and political participation. *Annual Review of Political Science*, 16, 33-48.
- Can, U., y Alatas, B. (2019). A new direction in social network analysis: Online social network analysis problems and applications. *Physica A: Statistical Mechanics and its Applications*, 535, 122372.
- Carnes, N., y Lupu, N. (2023). The economic backgrounds of politicians. *Annual Review of Political Science*, 26, 253-270.
- Comes, A. (2023). LinkedIn en comunicación política. Recuperado de <https://www.linkedin.com/pulse/linkedin-en-comunicación-política-alex-comes/?originalSubdomain=es>

LinkedIn como plataforma de comunicación política

- El País, 31-01-2024. ““Tienen sangre en sus manos”: los senadores de EE UU arremeten contra las redes sociales por no proteger a los menores”
- EU Commission. (2024). Press release 26-03-2024. Commission publishes guidelines under the DSA for the mitigation of systemic risks online for elections. Recuperado de https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_24_1707
- Herre, B. (2021). The ‘Regimes of the World’ data: how do researchers measure democracy? Recuperado de <https://ourworldindata.org/regimes-of-the-world-data>
- Jha, C. K., y Sarangi, S. (2017). Does social media reduce corruption? *Information Economics and Policy*, 39, 60-71.
- LinkedIn. (2024). Página oficial. Recuperado de <https://about.linkedin.com/es-es?lr=1>
- Lührmann, A., Tannenber, M., y Lindberg, S. (2018). Regimes of the World (RoW): Opening New Avenues for the Comparative Study of Political Regimes. *Politics and Governance*, 6(1), 60-77.
- Ortiz-Ospina, E. (2019). The rise of social media. Recuperado de <https://ourworldindata.org/rise-of-social-media>
- Ritchie, H., Mathieu, E., Roser, M., y Ortiz-Ospina, E. (2023). Internet. Recuperado de <https://ourworldindata.org/internet>
- Røiseland, A., y Vabo, S. I. (2016). Interactive–or counteractive–governance? Lessons learned about citizen participation and political leadership. En *Critical reflections on interactive governance* (pp. 120-145). Edward Elgar Publishing.
- Shepherd, M. E., y You, H. Y. (2020). Exit Strategy: Career Concerns and Revolving Doors in Congress. *American Political Science Review*, 114(1), 270–284. <https://doi.org/10.1017/S0003055419000510>
- Siegel, D. A. (2009). Social networks and collective action. *American Journal of Political Science*, 53(1), 122-138.
- Similarweb. (2024). Clasificación de los principales sitios web. Febrero 2024. Recuperado de <https://www.similarweb.com/es/top-websites/>
- Sørensen, E. (2020). *Interactive political leadership: The role of politicians in the age of governance*. Oxford University Press.
- Sørensen, E., y Torfing, J. (2016). Political leadership in the age of interactive governance: Reflections on the political aspects of metagovernance. En *Critical reflections on interactive governance* (pp. 444-466). Edward Elgar Publishing.
- Spottswood, E. L., y Wohn, D. Y. (2020). Online social capital: recent trends in research. *Current Opinion in Psychology*, 36, 147-152
- Tang, Z., Chen, L., Zhou, Z., Warkentin, M., y Gillenson, M. L. (2019). The effects of social media use on control of corruption and moderating role of cultural tightness-looseness. *Government Information Quarterly*, 36(4), 101384.
- Torraco, R.J. (2005). Writing integrative literature reviews: Guidelines and examples. *Human Resource Development Review*, 4, 356–367. <https://doi.org/10.1177/1534484305278283>
- United Nations. (2017). Resolution adopted by the General Assembly on 6 July 2017, Work of the Statistical Commission pertaining to the 2030 Agenda for Sustainable Development (A/RES/71/313).

- Utz, S. (2016). Is LinkedIn making you more successful? The informational benefits derived from public social media. *New Media & Society*, 18(11), 2685-2702.
- Valentinetti, D., y Flores Muñoz, F. (2021). Internet of things: Emerging impacts on digital reporting. *Journal of Business Research*, 131, 549-562.
- World Bank Data. (2024). Individuals using the Internet (% of population). International Telecommunication Union (ITU) World Telecommunication/ICT Indicators Database. Recuperado de <https://data.worldbank.org/indicator/IT.NET.USER.ZS>
- World Economic Forum. (2023). Geopolitics. 2024 is a record year for elections. Recuperado de <https://www.weforum.org/agenda/2023/12/2024-elections-around-world/>