

Conflictividad Electoral de la segunda vuelta en elecciones subnacionales en Bolivia (en medios digitales: redes sociales)

Carlos Pantoja y Andrés Chavéz

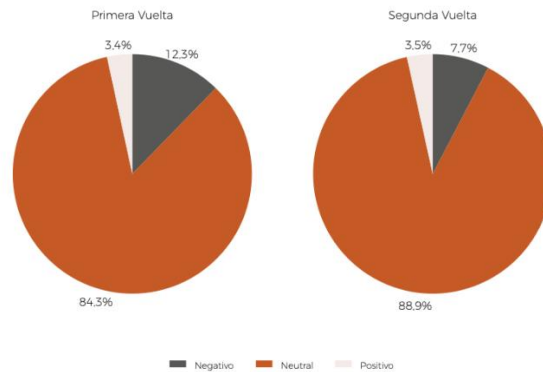
En contextos de alta competencia electoral, como las segundas vueltas, la conflictividad política tiende a intensificarse y a trasladarse con mayor fuerza hacia los entornos digitales, donde se amplifican narrativas de confrontación, identidad y polarización. En este marco, el análisis de la conversación pública en redes sociales permite observar la evolución del conflicto en tiempo casi real. Por ello, se examina la segunda vuelta de las elecciones subnacionales en Bolivia (2026) a partir del análisis de aproximadamente 270.000 publicaciones en redes sociales, incluyendo TikTok, Instagram, Facebook y X (Twitter), recopiladas mediante la plataforma SentiOne.¹

A partir de la comparación entre la primera y la segunda vuelta, se busca no solo describir la evolución de la conflictividad, sino también interpretar sus determinantes y explorar sus implicaciones para la estabilidad política y la calidad del debate democrático. En este sentido, aunque los datos digitales no representan a la totalidad de la población, constituyen un insumo relevante para analizar dinámicas de alta visibilidad e influencia en la formación de opinión pública, especialmente en contextos electorales altamente competitivos. Esto se refuerza considerando que en Bolivia aproximadamente 7,55 millones de personas utilizan redes sociales, lo que equivale al 60,5 % de la población (Carpio, 2025).

En este contexto, la Figura 1 evidencia un cambio en la estructura del sentimiento entre la primera y la segunda vuelta. En particular, se observa una leve reducción de la negatividad, que pasa de 12,3 % a 7,7 %, junto con un incremento del componente neutral, de 84,3 % a 88,9 %. Por su parte, el sentimiento positivo se mantiene prácticamente estable en niveles bajos, alrededor del 3,5 %.

¹ El análisis se basa en el procesamiento de publicaciones en redes sociales y contenidos de medios tradicionales. La clasificación de sentimiento (positivo, neutral y negativo) es provista por la plataforma SentiOne, mientras que la identificación de categorías temáticas y menciones a candidatos se realiza mediante la aplicación de un léxico específico.

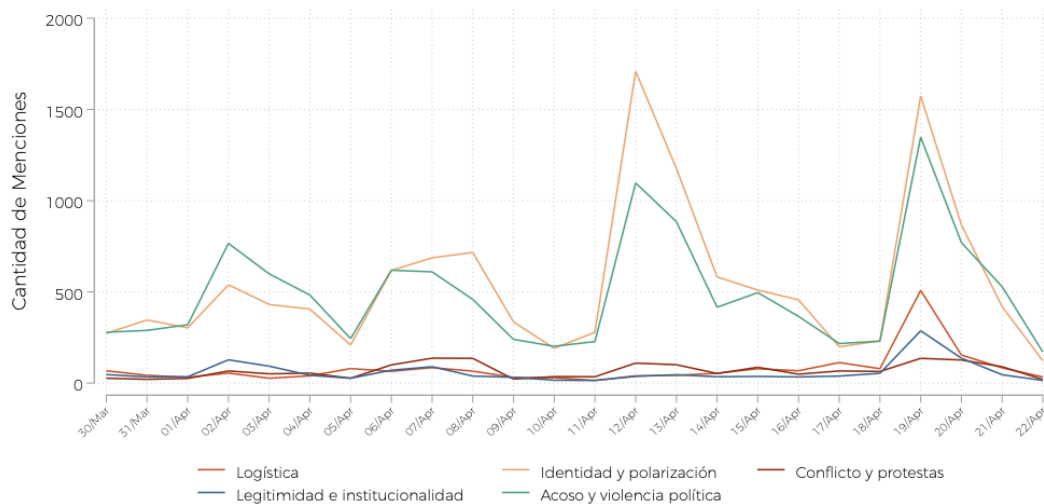
Figura 1: Comportamiento de la Opinión Pública Digital por Categorías Temáticas



Fuente: Elaborado por Fundación Aru a partir del monitoreo de datos en SentiOne

Este patrón sugiere una moderación relativa del tono de la conversación en la segunda vuelta. En un contexto de competencia binaria, este comportamiento puede interpretarse como un ajuste en las estrategias comunicacionales, donde parte del discurso se desplaza de la confrontación directa hacia contenidos más informativos o de reafirmación política (Germano et al., 2026). No obstante, la negatividad sigue existiendo, lo que indica que, si bien se reduce su intensidad, la conversación digital continúa estructurada en torno a dinámicas de conflicto.

Figura 2: Comportamiento de la Opinión Pública Digital por Categorías Temáticas



Fuente: Elaborado por Fundación Aru a partir del monitoreo de datos en SentiOne

Más allá de la tendencia general del sentimiento, como se observa en la Figura 2, la dinámica de la conversación digital está marcada por picos de alta intensidad asociados a eventos específicos, lo que evidencia que la conflictividad se activa de manera episódica frente a "shocks" políticos.

El primer punto crítico se registra el 12 de abril, en coincidencia con el debate entre candidatos, donde se observa un aumento significativo tanto en el volumen de menciones como en contenidos asociados a polarización y confrontación. Este comportamiento sugiere que los debates no solo cumplen una función informativa, sino que actúan como catalizadores de conflicto, amplificando antagonismos preexistentes.

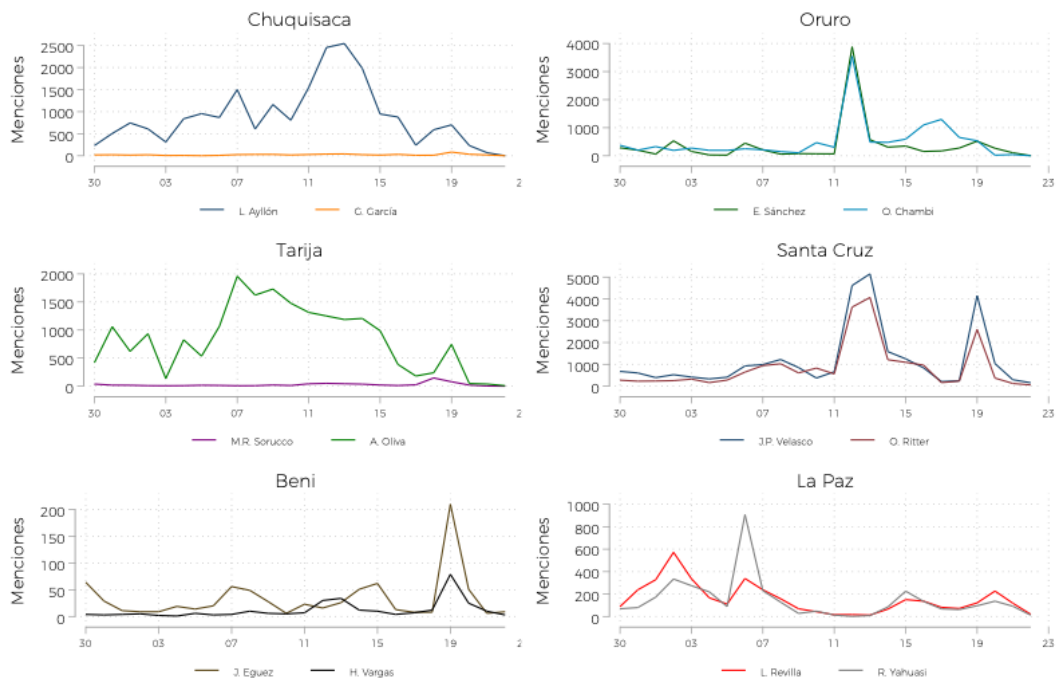
Este primer pico está estrechamente vinculado al debate entre Otto Ritter y Juan Pablo Velasco, cuya confrontación enmarcada en la narrativa de "vieja política" frente a "nueva generación" intensificó la activación de discursos opuestos. La repercusión fue particularmente alta en Santa Cruz, donde la disputa por la Gobernación concentró el interés y la interacción digital, consolidándose como el principal foco de la conversación a nivel nacional.

El segundo pico ocurre el 19 de abril, día de la jornada electoral, cuando el volumen de interacción alcanza su nivel más alto. A diferencia del debate, la conversación se activa principalmente como reacción a los resultados, incluyendo expresiones de apoyo, cuestionamientos y disputas sobre su legitimidad.

De esta manera, las declaraciones de Otto Ritter ilustran este fenómeno, quien, al reconocer su derrota, emitió críticas hacia Juan Pablo Velasco y cuestionó la transparencia del proceso. Esto confirma que el acoso digital funciona como una extensión de la competencia electoral en la fase posterior a los resultados, manteniendo niveles elevados de confrontación incluso después del cierre de la votación.

En la Figura 3 se observa el volumen de menciones por candidato y departamento, la cual muestra una alta heterogeneidad en la intensidad y naturaleza de la conversación digital, reflejando diferencias en la competitividad electoral, el perfil de los candidatos y las estrategias de posicionamiento.

Figura 3: Volumen de Conversación Digital por Candidato y Departamento



Fuente: Elaborado por Fundación Aru a partir del monitoreo de datos en SentiOne

Santa Cruz concentra el mayor nivel de interacción, muy por encima del resto de los departamentos, lo que confirma su centralidad en la disputa política subnacional. Este comportamiento responde a una dinámica altamente polarizada, marcada por la confrontación entre la propuesta de renovación de Juan Pablo Velasco y el liderazgo disruptivo de Otto Ritter durante el debate que hubo el 12 de abril. Velasco logró posicionar temas de gran escala, como el Tren Metropolitano y el Pacto Fiscal, captando la atención de distintos segmentos del electorado. En contraste, Ritter dinamizó la conversación a través de la controversia, combinando propuestas no convencionales con un estilo confrontativo que incentivó la reacción del público.

Oruro presenta un comportamiento atípico, con niveles de interacción comparables a los de Santa Cruz, aunque impulsados por una dinámica distinta. En este contexto, la relevancia de Edgar Sánchez se sostiene en un eje de confrontación ideológica, donde su vínculo con el MAS y las acusaciones asociadas a su trayectoria activan tanto apoyo como rechazo, convirtiéndolo en un foco constante de disputa digital. En contraste, Oscar Chambi logra una repercusión más orgánica al incorporar temas innovadores como los deportes electrónicos que conectan con audiencias jóvenes y tradicionalmente menos involucradas en la política.

El caso de La Paz presenta una dinámica diferente, donde los picos de conversación no están asociados principalmente a la competencia electoral, sino a controversias vinculadas a la legitimidad de las candidaturas. Entre el 2 y el 7 de abril se registra un aumento significativo de la interacción, impulsado por la anulación de la candidatura de René Yahuasi. Este episodio activa una fuerte reacción digital, marcada por la movilización de sus seguidores y la polarización en torno a la proclamación de Luis Revilla, lo que intensifica los cuestionamientos sobre aspectos legales y de transparencia del proceso.

En contraste, departamentos como Beni, Chuquisaca y Tarija muestran niveles de conversación significativamente menores y más estables, lo que sugiere una menor intensidad competitiva o una menor capacidad de los actores para movilizar la discusión en entornos digitales.

En conjunto, estos resultados evidencian que la conversación digital no responde únicamente a la relevancia electoral de los territorios, sino también a factores como el estilo de liderazgo, el tipo de campaña y la presencia de eventos disruptivos. Desde una perspectiva analítica, esto sugiere que la generación de visibilidad en redes sociales depende tanto de la competitividad política como de la capacidad de los actores para activar dinámicas de conflicto o innovación en el debate público.

La segunda vuelta subnacional evidencia que la conflictividad digital se mantiene elevada, aunque con una leve moderación en el tono e incremento del componente neutral; no obstante, la negatividad sigue siendo un rasgo persistente del debate. Esta dinámica se intensifica particularmente en momentos críticos del proceso electoral como los debates y la jornada de votación, lo que sugiere un patrón episódico de la conversación pública, fuertemente condicionado por eventos que amplifican la interacción y la confrontación.

En el plano territorial, la intensidad del debate varía en función del tipo de campaña y de los estilos de liderazgo. La polarización y controversia tienden a generar mayor visibilidad, mientras que la introducción de temas innovadores contribuye a ampliar la participación. Sin embargo, en ciertos contextos, la conflictividad no se origina en la competencia de propuestas, sino en disputas de carácter institucional, lo que desplaza el eje del debate.

Finalmente, estos resultados reflejan un entorno en el que la discusión pública adopta un carácter cada vez más reactivo y menos centrado en contenidos programáticos,

planteando desafíos relevantes para la calidad de la deliberación y la estabilidad política.

Referencias

Carpio, R (2025). Estadísticas de redes sociales en Bolivia 2025. Rikcarez. Descargado de <https://rikcarez.com/estadisticas-redes-sociales-bolivia/>

Germano, F., Gómez, V., & Sobbrío, F. (2026). Ranking for engagement: How social media algorithms fuel misinformation and polarization. *Journal of Public Economics*, 255, 105589. <https://doi.org/10.1016/j.jpubeco.2026.105589>