



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS
SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

**“ANÁLISIS DE LA CUENTA DE TWITTER DEL PRESIDENTE LENÍN
MORENO Y LA CONSTRUCCIÓN DE LA OPINIÓN PÚBLICA DE
ENERO A MARZO DE 2018”**

Proyecto de Graduación previa a la obtención del Título de Licenciado en
Comunicación Social.

AUTOR:

Brian Roberto Cárdenas Sánchez

TUTOR:

Lcdo. Mg. Omar Fabricio Soto Dávila

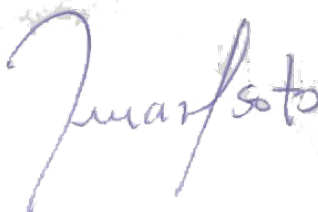
Ambato - Ecuador

2019

APROBACIÓN DEL TUTOR

En calidad de Tutor del trabajo de investigación sobre el tema: **“ANÁLISIS DE LA CUENTA DE TWITTER DEL PRESIDENTE LENÍN MORENO Y LA CONSTRUCCIÓN DE LA OPINIÓN PÚBLICA DE ENERO A MARZO DE 2018”**, del Sr. Brian Roberto Cárdenas Sánchez , Egresado de la carrera de Comunicación Social, de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la Universidad Técnica de Ambato, considero que dicho trabajo de Graduación reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a Evaluación del Tribunal de Grado, que el H. Consejo Directivo de la Facultad designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Ambato, 24 junio de 2019



.....

Lcdo. Mg. Omar Fabricio Soto Dávila
C.I.: 0201393311

AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Los criterios emitidos en el trabajo de investigación: “**ANÁLISIS DE LA CUENTA DE TWITTER DEL PRESIDENTE LENÍN MORENO Y LA CONSTRUCCIÓN DE LA OPINIÓN PÚBLICA DE ENERO A MARZO DE 2018**”, como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuestas son de responsabilidad del autor.

Ambato, 24 junio de 2019

Brian Cárdenas

.....
Brian Cárdenas

CI: 0503243420

AUTOR

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal de Grado **APRUEBAN** el Trabajo de Investigación sobre el tema: **“ANÁLISIS DE LA CUENTA DE TWITTER DEL PRESIDENTE LENÍN MORENO Y LA CONSTRUCCIÓN DE LA OPINIÓN PÚBLICA DE ENERO A MARZO DE 2018”**, presentado por el Sr. Brian Roberto Cárdenas Sánchez, de conformidad con el reglamento de Graduación para obtener el Título de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato,

Para constancia firma:

.....

Presidente

.....

Miembro

.....

Miembro

DEDICATORIA

El recorrido universitario está marcado por la compañía de docentes, compañeros, amigos y en especial de familiares, en donde he encontrado el apoyo necesario para poder lograr mis objetivos, es por eso que les dedico esta ardua investigación.

Cárdenas Sánchez Brian Roberto

AGRADECIMIENTO

A mis queridos profesores, quienes, con sus conocimientos y paciencia, supieron transmitir sus enseñanzas, formándome de la mejor manera y convertirme en el profesional que soy.

Agradezco a mi madre por ser mi apoyo incondicional en todo momento y a mi padre por estar pendiente de todas las etapas de mi vida.

A mis amigos, de quienes he aprendido y espero que ellos de mí y en especial a Viviana por su compañía y por formar parte de esta etapa universitaria, que ha sabido apoyarme de la mejor manera.

Cárdenas Sánchez Brian Roberto

ÍNDICE DE CONTENIDOS

| | |
|----------------------------------------------------------|-----|
| PORTADA: | i |
| APROBACIÓN DEL TUTOR | ii |
| AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN | iii |
| APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO | iv |
| DEDICATORIA | v |
| AGRADECIMIENTO | vi |
| ÍNDICE DE CONTENIDOS | vii |
| ÍNDICE DE TABLAS | ix |
| ÍNDICE DE GRÁFICOS | x |
| RESUMEN EJECUTIVO | xi |
| ABSTRACT | xii |
| CAPÍTULO I | 1 |
| 1 MARCO TEÓRICO | 1 |
| 1.1 Antecedentes Investigativos..... | 1 |
| Fundamentación Teórica de la variable Dependiente..... | 6 |
| Fundamentación Teórica de la variable INDependiente..... | 21 |
| 1.2 Objetivos..... | 31 |
| 1.2.1 Objetivo General..... | 31 |
| 1.2.2 Objetivos Específicos..... | 31 |
| 2 CAPÍTULO II..... | 32 |
| 2.1 METODOLOGÍA..... | 32 |
| 2.1.1 Materiales..... | 32 |
| 2.2 MÉTODOS | 32 |
| 2.2.1 Investigación Bibliográfica..... | 32 |
| 2.2.2 Investigación de campo..... | 33 |
| 2.2.3 Investigación exploratoria..... | 33 |
| 2.3 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN | 33 |
| 2.3.1 Enfoque cualitativo | 33 |
| 2.4 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN..... | 34 |
| 2.4.1 La Observación | 34 |
| Operacionalización de variables | 35 |
| 3 CAPÍTULO III..... | 38 |
| 3.1 RESULTADOS Y DISCUSIÓN | 38 |
| 3.2 Análisis y discusión de los resultados..... | 38 |
| 3.3 A modo de resumen | 87 |

| | | |
|-----|--------------------------------------|----|
| 4 | CAPITULO IV..... | 89 |
| | CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | 89 |
| 4.1 | Conclusiones..... | 89 |
| 4.2 | Recomendaciones | 90 |
| | BIBLIOGRAFÍA | 91 |
| | Libros | 91 |
| | Web..... | 94 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabla 1: Operacionalización de la variable dependiente | 35 |
| Tabla 2: Operacionalización de la variable independiente | 36 |
| Tabla 3: Plan de recolección de información..... | 37 |
| Tabla 4: Análisis de la semana del 1 al 7 de enero 2018 | 41 |
| Tabla 5: Análisis de la semana del 8 al 14 de enero 2018 | 45 |
| Tabla 6: Análisis de la semana del 15 al 21 de enero 2018 | 49 |
| Tabla 7: Análisis de la semana del 22 al 28 de enero 2018 | 53 |
| Tabla 8: Análisis del mes de enero | 54 |
| Tabla 9: Análisis del 29 de enero al 04 de febrero 2018 | 58 |
| Tabla 10: Análisis de la semana del 05 al 11 de febrero del 2018 | 61 |
| Tabla 11: Análisis de la semana del 12 al 18 de febrero 2018 | 66 |
| Tabla 12: Análisis de la semana del 19 al 25 de febrero del 2018 | 69 |
| Tabla 13: Análisis del mes de febrero | 70 |
| Tabla 14: Análisis de la semana del 26 al 04 de marzo del 2018 | 73 |
| Tabla 15: Análisis de la semana del 5 al 11 de marzo del 2018 | 76 |
| Tabla 16: Análisis de la semana del 12 al 18 de marzo del 2018 | 79 |
| Tabla 17: Análisis de la semana del 19 al 25 de enero 2018 | 82 |
| Tabla 18: Análisis de la semana del 26 al 31 de enero 2018 | 85 |
| Tabla 19: Análisis del mes de marzo | 86 |
| Tabla 20: Análisis de los tres meses | 87 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| | |
|----------------------------------------------------------------|----|
| Gráfico N° 1: Variable dependiente e independiente..... | 3 |
| Gráfico N° 2: La Opinión Pública..... | 4 |
| Gráfico N° 3: Variable Independiente: Internet..... | 5 |
| Gráfico N° 4: Alejandra Vicuña Vicepresidenta..... | 38 |
| Gráfico N° 5: Día del Periodista..... | 40 |
| Gráfico N° 6: Sí por mis hijos..... | 42 |
| Gráfico N° 7: Foro de Economía y finanzas..... | 44 |
| Gráfico N° 8: Cumplimos con Manabí..... | 46 |
| Gráfico N° 9: Cumplimos con Cuenca..... | 48 |
| Gráfico N° 10: Vota todo Sí..... | 50 |
| Gráfico N° 11: Ministerio del Interior..... | 52 |
| Gráfico N° 12: Ecuador dijo Sí..... | 55 |
| Gráfico N° 13: Sismo en Puyo..... | 57 |
| Gráfico N° 14: Voluntad soberana..... | 59 |
| Gráfico N° 15: Juegos Olímpicos..... | 60 |
| Gráfico N° 16: Encuentro Colombia Ecuador..... | 63 |
| Gráfico N° 17: Ministro del Ambiente..... | 65 |
| Gráfico N° 18: Asamblea General de Naciones Unidas..... | 67 |
| Gráfico N° 19: Consejo de Participación Ciudadana..... | 68 |
| Gráfico N° 20: Fiscal general..... | 71 |
| Gráfico N° 21: Reunión con Luis Carranza..... | 72 |
| Gráfico N° 22: Aterrizaje en Antofagasta..... | 74 |
| Gráfico N° 23: Gabriel García Márquez..... | 75 |
| Gráfico N° 24: Asamblea Nacional..... | 77 |
| Gráfico N° 25: Programa de Alfabetización..... | 78 |
| Gráfico N° 26: Mantaje Esmeraldas..... | 80 |
| Gráfico N° 27: Día Mundial del síndrome de Down..... | 81 |
| Gráfico N° 28: El presidente informa..... | 83 |
| Gráfico N° 29: Hermanas Mendoza Suasti..... | 84 |

RESUMEN EJECUTIVO

Autor: Brian Roberto Cárdenas Sánchez
Tutor: Omar Fabricio Soto Dávila

TEMA: ANÁLISIS DE LA CUENTA DE TWITTER DEL PRESIDENTE LENÍN MORENO Y LA CONSTRUCCIÓN DE LA OPINIÓN PÚBLICA DE ENERO A MARZO DE 2018.

Las redes sociales en la actualidad manejan atributos que permiten comunicarse de manera eficaz, entre los que se destacan la facilidad, rapidez y lo personal de compartir información y criterios de toda clase de temáticas. Estas características han convertido a las redes sociales en una necesidad valida que debe ser empleada correctamente.

El proyecto de investigación está basado en el análisis de las redes sociales en concreto el Twitter tomando como referencia los twitters de la cuenta de Lenín Moreno, del primero de enero al treinta y uno de marzo del año 2018, incluyendo la opinión generada de los mismos. Como muestra para la interpretación de datos se consideró seleccionar los twitteres que tienen una cantidad superior de comentarios. Se debe destacar que Lenín Moreno es un personaje de dominio público relevante en la política ecuatoriana y la cuenta es de carácter oficial, logrando tener un referente claro de popularidad y su capacidad para la creación de opinión pública.

Twitter al ser una red social internacional, gratuita de fácil acceso, facilita que en este espacio se generen opiniones propias que ejemplifican la construcción de la opinión pública. Se tomó en consideración como medio favorable para la investigación, la interacción que tiene el Twitter, esta permite determinar la influencia en ciertos temas en la plataforma, como cuál es el twitter más comentado; el que ha impactado o gustado, o a su vez, cuales son los twitters con menos peso informativo que se han publicado.

Como conclusión, se conoce que hoy en día las redes sociales están jugando un papel sumamente importante dentro de la comunicación y de la sociedad, estas han permitido la conexión que se busca entre gobernantes y el pueblo.

Palabras Clave: Opinión pública, redes sociales, twitter, comunicación, agenda setting, espiral del silencio.

ABSTRACT

Autor: Brian Roberto Cárdenas Sánchez
Tutor: Omar Fabricio Soto Dávila

TOPIC: ANALYSIS OF THE ACCOUNT OF TWITTER OF PRESIDENT LENIN MORENO AND THE CONSTRUCTION OF THE PUBLIC OPINION FROM JANUARY TO MARCH OF 2018.

We will highlight the importance of social networks today, the speed and what is necessary to become efficiently communicated, not to mention the personal nature of that communication.

The investigation is based on the twitters of Lenin Moreno's account, from January 1 to March 31, 2018, including the opinion generated with them. Those twitters selected to exemplify, are the ones that emphasize more with respect to importance if considered.

Being an official account and speaking of a relevant person of the Ecuadorian politics we can have a clear reference of popularity and its capacity for the creation of public opinion.

Twitter being an international social network, free and easy to access, where you can generate your own opinion and give points of view, is favorable to the research, the interaction that has Twitter allows us to determine the influence on certain topics in the platform, how to be able to know which twitter is the most commented or the most liked, or in turn, which are the twitters with the most informational weight that have been published.

By way of conclusion, we know that today social networks are playing an extremely important role in communication and therefore within society, precisely the connection sought between rulers and people is by social networks.

Keywords: Public opinion, social networks, twitter, communication, agenda setting, spiral of silence.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes Investigativos

Al iniciar el proceso investigativo se ha considerado el análisis de información referente al tema que servirá como una introducción al análisis de la problemática y contextualización de la opinión pública, así como identificar la metodología utilizada en dichos proyectos. Para esta etapa de la investigación se considera diferentes artículos científicos, proyectos de investigación doctorales, tanto nacionales como internacionales.

Se tomó como referencia profesional el trabajo de Martínez, (2014) con el tema *“la construcción de la opinión pública digital en Colombia: twitter y Juan Manuel Santos. Un estudio de caso”*. El objetivo del proyecto “fue abordar de manera teórica y práctica el proceso de conformación de la opinión pública en Colombia y la transición del espacio público a las redes sociales específicamente la red social Twitter como herramienta configuradora de agendas en el primer gobierno de Juan Manuel Santos” (Martínez, 2014, p.3).

En el desarrollo del proyecto tiene una estructura basada en la recolección y análisis de información cualitativo basado en el estudio de la opinión pública y su relación con las redes sociales, se hizo uso de técnicas de recolección y análisis de datos e información provenientes de una amplia revisión de prensa, compilación de material gráfico, estadístico, y recolección de información en redes sociales virtuales.

Como conclusión de la investigación se determinó que el papel de Twitter, demostró que las agendas de los distintos actores del proceso de conformación de la opinión pública no actúan de forma separada, por el contrario, se complementan el gobierno creó una estrategia comunicativa basada en red social Twitter, así crear un vínculo directo entre las diferentes agendas en el primer periodo de gobierno de Juan Manuel Santos (Martínez, 2014, p.44).

En la investigación doctoral de Egea, (2007) con el tema “*Twitter, de red social a medio de comunicación: análisis e influencia en el ámbito empresarial*” El objetivo del proyecto fue averiguar el papel que está adoptando el mundo empresarial ante la evolución tecnológica y el nacimiento de las redes sociales en Internet, en concreto, Twitter. (Egea, 2007, p.16).

En cuanto a la metodología aplicada en este proyecto se puede evidenciar que se hace referencia nuevamente el análisis cualitativo como recolección de información mediante la observación Egea, (2007) afirma que: “Se ha realizado una labor minuciosa de observación del perfil de Twitter de Pullmantur e Iberia en el período comprendido desde el 1 enero de enero de 2011 al 31 de diciembre de 2014 con el objetivo de analizar la evolución del canal” y registros, se ha realizado un análisis interpretativo de los datos obtenidos para extraer conclusiones concretas (Egea, 2007, p.28).

Como conclusión de esta investigación se obtuvieron los siguientes resultados Egea, (2007) menciona que “Twitter y Facebook se han alzado como las grandes vías de crecimiento de la compañía en el entorno digital, en ellos reside el 95% de su conversación”, es decir que existe una inclinación a la aceptación de márketing y publicidad que orienta a las masas, donde ellas miran el contenido e inmediatamente reaccionan (Egea, 2007, p.168).

Fundamentación filosófica

En el libro *La espiral del silencio. La opinión pública se expresa como: nuestra piel social*, Elisabeth Noelle- Neumann estudia la opinión pública como una forma de control social en la que los individuos se dan cuenta de lo que es y lo que no es aceptable, claro está con respecto a su idiosincrasia y la forma de percibir la realidad afectada por la información de la misma. Como idiosincrasia entendemos que es la actitud y comportamiento propio de una persona o grupo.

Teniendo en cuenta esta visión sobre el fenómeno, resulta fácil comprender aspectos como el comportamiento electoral de los ciudadanos o las relaciones entre los medios de comunicación y la sociedad. Conocer las raíces de la opinión pública y

como se presenta en el contexto actual es de vital importancia para entender a los públicos a los que nos referimos en la investigación.

Fundamentación Legal

En la Constitución del Ecuador dice en el Capítulo Segundo, en la Sección Tercera de Comunicación e información:

Art. 18.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.

En la Ley Orgánica de Comunicación en el Capítulo Primero, Disposiciones preliminares y definiciones dice:

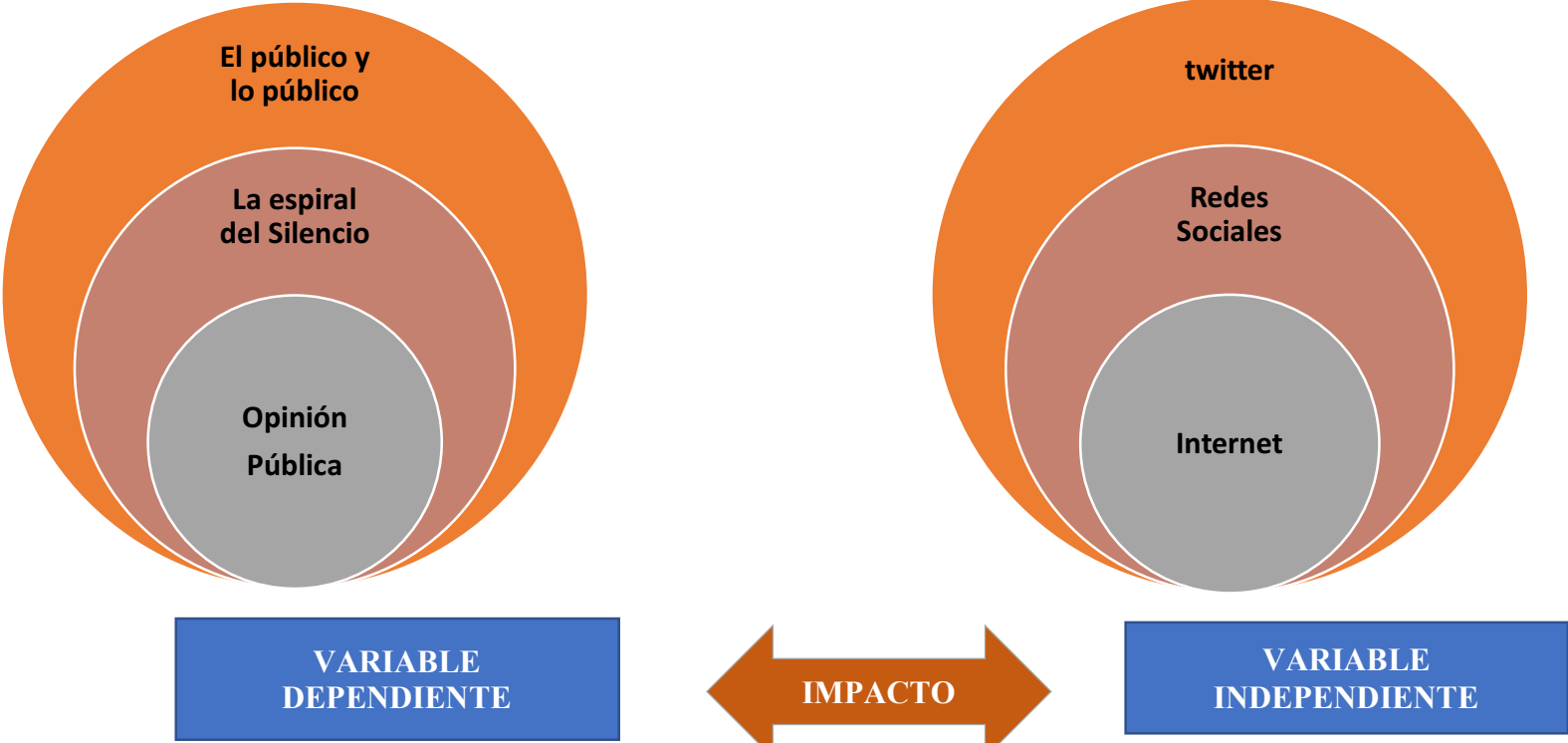
Art. 7.- Información de relevancia pública o de interés general. Es la información difundida a través de los medios de comunicación acerca de los asuntos públicos y de interés general.

La información o contenidos considerados de entretenimiento, que sean difundidos a través de los medios de comunicación, adquieren la condición de información de relevancia pública, cuando en tales contenidos se viole el derecho a la honra de las personas u otros derechos constitucionalmente establecidos.

Art. 8.- Prevalencia en la difusión de contenidos. Los medios de comunicación, en forma general, difundirán contenidos de carácter informativo, educativo y cultural, en forma prevalente. Estos contenidos deberán propender a la calidad y ser difusores de los valores y los derechos contenidos en los instrumentos internacionales ratificados por el Ecuador y en la Constitución de la República del Ecuador.

Categorías Fundamentales

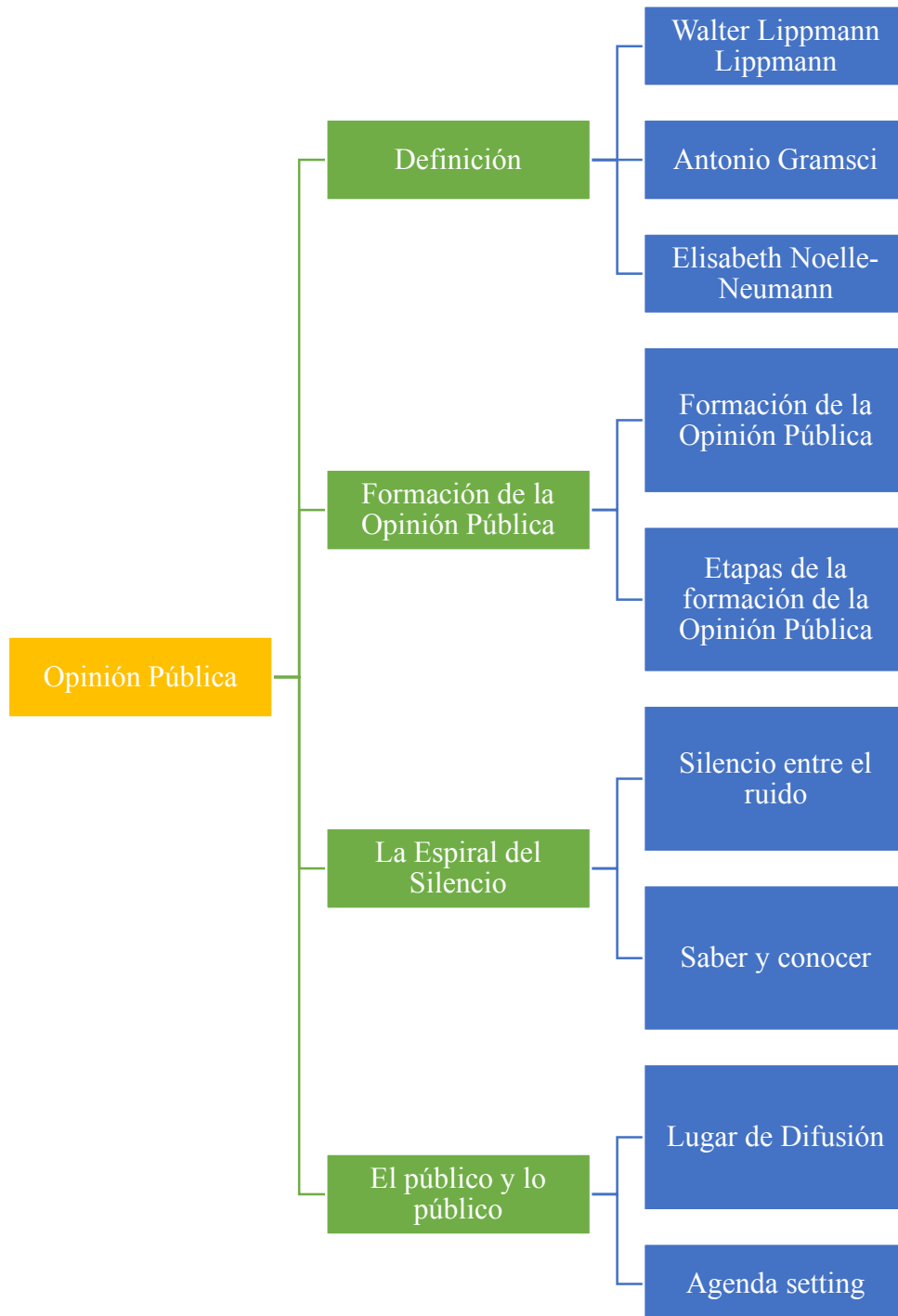
Gráfico N° 1: Variable dependiente e independiente



Elaborado por: Brian Cárdenas

Constelación de Ideas de la Variable Dependiente: La Opinión Pública

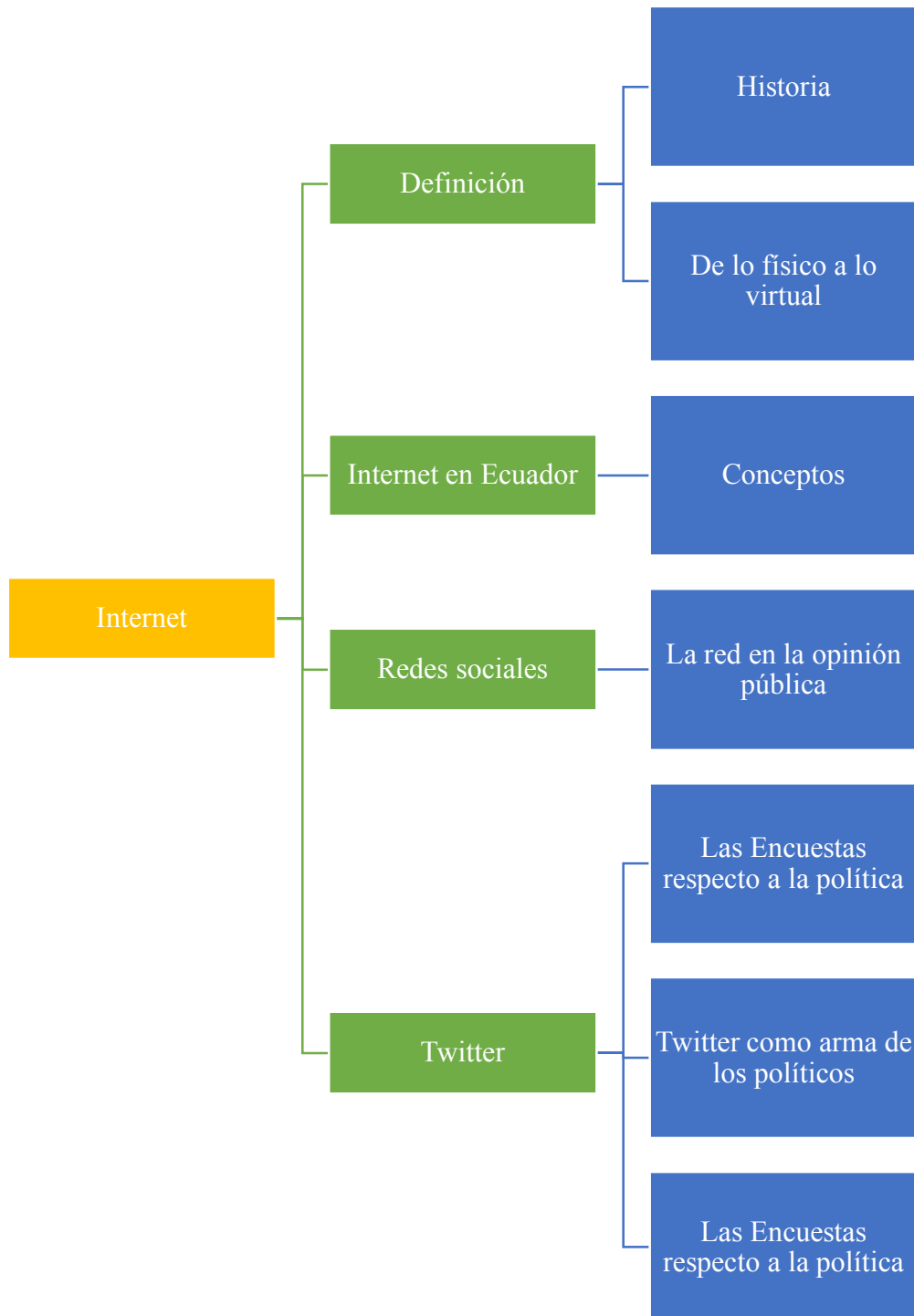
Gráfico N° 2: La Opinión Pública



Elaborado por: Brian Cárdenas

Constelación de Ideas de la Variable Independiente: Internet

Gráfico N° 3: Variable Independiente: Internet



Elaborado por: Brian Cárdenas

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA VARIABLE DEPENDIENTE

OPINIÓN PÚBLICA

En primera instancia, la palabra “opinión” es lo que el individuo piensa y dice, pudiendo estar informado o no, teniendo o no argumentos sobre cualquier tema, una idea que tiene que ver con lo personal del sujeto, que tiene que ver con sus gustos, compromisos y comportamientos. Por otro lado, la palabra “público” se la puede interpretar de distintas maneras, un significado importante que entraría en contexto sería la de “...público que asiste a un espectáculo. Los actores no forman parte de él, los críticos tampoco, aunque estén en la platea” (Mora y Araujo, 2012, p. 60), existe un público que se limita a comentar sobre lo que está pasando o viendo.

Parménides, filósofo de la antigua Grecia, utiliza la palabra “*doxa*” haciendo referencia a la opinión, pero aquí diferenció la vía de la opinión de la vía de la verdad, la opinión esta gestada por los acontecimientos o sucesos anteriores que se llegó a enterar por algún tipo de medio el público en general, mientras que la verdad ya está comprobada y no es deducida por ideas.

Más tarde Platón, en base a lo anterior, planteó la separación de la opinión y el saber, que se iba a la discusión entre empirismo y racionalismo respectivamente. El empleo de la razón en los temas que se discute es fundamental para Platón, no solo basta dar una opinión sin fundamentos, sino conocer los trasfondos de los temas.

En 1450, un hecho fundamental de la Edad Moderna que se rige a la opinión pública es la imprenta de Gutenberg, poniendo los escritos impresos como actor principal del esparcimiento de las ideas, luego este medio se encuentra con el público con la famosa prensa, por medio de los tipos móviles en donde se ejecutan las primeras obras impresas, libros y periódicos, siendo esta una manera fácil de difundir ideas y conceptos de forma masiva, puesto que anteriormente eran manuscritos realizados por copistas a mano, y restringidos al público por ser obras delicadas.

La opinión pública hoy en día, se ha diversificado, se puede encontrar opinión en cualquier medio de comunicación (de forma oral, escrita digital y analógica), por

esta razón las opiniones se hacen fugaces, el concepto a transmitir debe ser meditado, plasmado y comprensible a primera mano, sin complejidades verbales para ser transmitido a un público que visualiza la información en fracciones de segundos.

El investigador Lippmann, (2003) afirma que: “Las imágenes que se hallan dentro de las cabezas (...) de los seres humanos, son las imágenes de sí mismos, de los de, de sus necesidades, propósitos y relaciones son sus opiniones públicas”. La opinión pública está sustentada en estereotipos que se forman dentro de cada individuo, teniendo presente que son imágenes del entorno en el que se desenvuelve (Lippmann, 2003, p.12).

Por otra parte la socióloga Neumann trata de definir a la opinión pública como “las opiniones sobre temas controvertidos que pueden expresarse en público sin aislarse” (Noelle & Neumann, 1995, pág. 88). Esta teoría menciona el aislamiento, es decir un miedo con respecto a lo que se puede o no hablar en público, haciendo hincapié en que se menciona solo lo que está aceptado por los demás.

Por otro lado, Antonio Gramsci sugiere que: Lo que se llama opinión pública está estrechamente vinculado con la hegemonía política, o sea que es el punto de contacto entre la sociedad civil y la sociedad política, entre el consenso y la fuerza. El Estado, cuando quiere iniciar una acción poco popular, crea preventivamente la opinión pública adecuada, esto es, organizar y centralizar ciertos elementos de la sociedad civil (Rovelli, 2017, pág. 23).

Presentando así otros caminos a la opinión pública, algo predefinido que una simple formación de opinión.

Jürgen Habermas dice que la: “Opinión pública significa cosas distintas según se contemple como una instancia crítica con relación a la notoriedad normativa pública, ‘representativa’ o manipulativamente divulgada, de personas e instituciones, de bienes de consumo y de programa”. Presentando así a la opinión pública como una forma de manejar una u otra situación (Habermas,1981, p.97).

“Etimológicamente, opinión proviene del latín “*opinio*”, “*onis*”, que significa concepto. Según la Real Academia de la Lengua Española, la primera acepción

de opinión es: “Concepto o parecer que se forma de una cosa cuestionable; fama o concepto en que se tiene a una persona o cosa”. Pública también procede del latín “*publicus*”, que significa “notoria, patente, manifiesta, vista o sabida por todos”. La Real Academia admite la siguiente significación de opinión pública: “Sentir o estimación en que coincide la generalidad de las personas acerca de asuntos determinados” (Rivadeneira, 1995, p.65).

Para Hans Speier la opinión pública son: “las opiniones sobre cuestiones de interés para la nación expresadas libre y públicamente por agentes ajenas al gobierno, que pretenden tener el derecho de que sus opiniones influyan o determinen las acciones...” (Speier, 1969, p. 102), hablando así del poder de la opinión pública frente a un gobierno, cosa que no puede pasar desapercibida.

Conociendo la opinión pública de cerca se observa que nace de cada individuo, construyendo una opinión colectiva, en donde intervienen los sujetos de su entorno; se debe tomar en cuenta que la opinión pública, por así decirlo, tiene dos caras, una es la que se forma por hechos ocurridos o información manifestada y la otra es la que esta predefinida por alguien, defendiendo intereses individuales.

Formación de la opinión pública

Quienes generan la opinión pública, están al final de los esquemas conocidos; se sobrevalora a quien recibe y decodifica los mensajes, no se afirma que en el mismo instante que se decodifican los mensajes se crea una opinión pública, sino que el mensaje es una porción dentro de nuestro tema principal, el individuo necesita interactuar con otros, intercambiar datos, compararlos, saber de otras fuentes, para así crear la tan mencionada opinión pública.

“Los estilos de vida, intereses y utilización del tiempo libre por parte de las audiencias” (Pérez-Latre, 2011, p.43), es un punto a tomar en cuenta. Con la aparición de los medios de comunicación la opinión pública se ve afectada, debido a que la información que se transmite a través de los mismos ha incrementado el número de personas, con impacto e información que genera réplicas y debates. Es por ello que los medios de comunicación son considerados como los principales generadores de opinión pública.

“La proximidad comunicativa y la sensación de co-presencia que favorecen las nuevas tecnologías hacen que los distintos tiempos y espacios de la comunicación se integren en una única dimensión del presente, lo que favorece en el plano del discurso un uso coloquial de la lengua que mantiene y refuerza las relaciones sociales”. (Mancera & Pano, 2013, p. 17).

Los medios de comunicación se convierten en los mediadores entre los políticos y la sociedad, debido a que a través de éstos se difunden las campañas y las propuestas políticas, pero también son el puente por el que la opinión del pueblo llega a los candidatos. Mediante este proceso la opinión pública toma fuerza, y las ideas de los ciudadanos se hacen escuchar y de esta manera los políticos también saben que temas deben tratar.

Para los políticos conocer de qué habla la gente, cuáles son sus intereses y qué buscan en un candidato es fundamental y sirve para saber cómo formular su discurso, y que propuestas de campaña deben ofrecer para que los ciudadanos se sientan como parte esencial de su trabajo; así, se llega al inconsciente de los ciudadanos, haciéndoles sentir que alguien se preocupa por su bienestar y que con un determinado candidato la situación de cada uno y sobretodo del país va a cambiar. En el proceso de construcción del discurso se debe decir justamente lo que el ciudadano quiere escuchar manipulando la conciencia del público, dando a luz al engaño de los discursos políticos que convencen a las masas.

Las redes sociales, tienen un impacto fuerte en la opinión pública, debido a que, por medio de éstas, en la actualidad los ciudadanos dan a conocer sus puntos de vista, inconformidades, entre otros aspectos, las telecomunicaciones, el internet y en especial las nuevas tendencias en redes sociales se convierten en un motor fundamental para que la voz del pueblo se escucha con ahínco en un mundo que se encuentra dentro de la era digital.

Profundizando en cómo se forma la opinión pública, podemos decir que es la suma de opiniones individuales, sobre un tema de interés colectivo, conllevando a procesos individuales y luego colectivos, influenciados también por grupos que defienden intereses privados. Pero Rivadeneira (1995) en su libro sobre la opinión

pública, crea una lista para la formación de la opinión ciudadana, por ejemplo, la disposición y clima comunicativo en donde el individuo debe estar en una situación agradable y dispuesto dentro de su círculo social para poder intercambiar información. “Problematización del hecho” (Rivadeneira, 1995, p.134), es otro punto importante para la construcción de la opinión pública, es imprescindible saber en qué sentido y por qué nos afecta las distintas problemáticas que se encuentren en boga, y como estas se convierten en generadoras de opinión pública.

Un proceso a considerar es la “estimulación del consenso” (Rivadeneira, 1995, p.134), es decir llegar a un acuerdo entre tantas opiniones personales y empezar a tomar acciones frente a la información, lo que conocemos como la retroalimentación. Por otro lado, y con respecto a la democratización de la opinión pública, sabemos que los medios de comunicación masivos como lo son: la prensa, la radio y la televisión, se han visto afectados por ese tema, al existir una posición vertical con los receptores del mensaje, es decir que no siempre se va a tener una respuesta pronta o muchas de las veces una respuesta en sí.

Es por eso que la alternativa a esto, está apareciendo, por la coexistencia del internet, incrementa su frecuencia. Las redes sociales juegan un papel demasiado importante, pues son generadoras de opinión pública, enfatizando su rapidez y su interactividad, convirtiéndose en una comunicación horizontal.

Se debe tener en consideración todas respuestas que pueda dar la opinión pública, porque mucha de las veces es sobrevalorada dicha información. Suponer que enviar información por medios masivos es suficiente para generar opinión pública sobre un tema relevante es erróneo, pues como se ha analizado se debe a diferentes factores que logran la caracterización de este tema.

Etapas de la formación de la Opinión Pública

Las opiniones individuales son la raíz de la opinión pública, pero para lograr esta opinión no solo debe destacarse las ideas y criterios de un noticiero informativo o un programa enfocado a ala política, sino que debe alimentarse de algunos recursos que engloban el tema, como es el intercambio de información, conversación con otros individuos, criterios a favor y en contra, entre otras.

Según el investigador Rivadeneira menciona que la información se trasmite entre dos personas y genera opinión de forma horizontal, sin embargo, la opinión puede llegar ser influenciada por los medios de comunicación masiva.

“En el primer nivel, la formación se da vis a vis, entre personas, dentro de los grupos de pertenencia individuales: familia, trabajo, círculos de amigos, etc., de una manera horizontal, es decir en el contacto personal y directo de los individuos. En el segundo nivel, la formación de opinión es influida por los medios masivos, en línea vertical, de arriba abajo, por canales unidireccionales” (Rivadeneira, 2010, p.134).

Como primera etapa se puede considerar como se forma la información, esta varia con respecto a lo que los medios transmiten y desean informar, sea polémico o no. Claro que existe información que ya está disponible, que no se la necesita manipular u objetar, sino solo transmitir. Pero no por eso deja de ser dictaminada por los medios, estos eligen también que cantidad de tiempo y las veces que se repite esta información en el mismo medio.

Al individuo como sujeto de recepción de la información, se le puede considerar como segunda etapa, siendo el encargado e interesado de lo que dicen los medios y se encuentra pendiente de la información que se encuentra a su alcance o que tiene a la mano, este sintetiza la información y considera sí tomar como verdad todo lo visto o escuchado en medios y de una vez por todas, en su interior formar una opinión de lo captado.

El mismo individuo al interactuar con sus similares (esto incluye amigos, familiares y conocidos), se nutre de información, alcanzando la tercera etapa, buscar contrastar la misma y así llegar de mejor manera a la imparcialidad. Y de aquí en adelante dar una respuesta, es decir su opinión de lo que cree esté bien o mal.

Los canales unidireccionales son uno de los causantes que generan esta opinión, puesto que no existe una retroalimentación verdadera a través de un “feedback”, sin embargo, parte de la opinión pública surge un control social, este tema surge por medio de la teoría de la espiral del silencio.

La Espiral del Silencio

La teoría de la espiral del silencio surge en 1977, propuesta por la politóloga alemana Elisabeth Noelle-Neumann. La teoría explica la forma en la que la opinión pública funge como forma de control social, al plantear que las personas adaptan su manera de comportarse a las opiniones predominantes en su contexto social sobre cuáles conductas son o no aceptables. Esta conducta tiene su origen a nuestro natural temor al aislamiento, que podría darse si expresáramos opiniones percibidas como minoritarias, razón por la cual los individuos estamos constantemente "sondeando" el clima de la opinión pública para determinar qué opiniones podemos expresar.

La llamada "espiral", entonces, es la figura que se dibuja a medida que aquellos que tienen posiciones minoritarias son enmudecidos, y las opiniones percibidas como mayoritarias aumentan y se vuelven dominantes. Existe, sin embargo, lo que se denomina como "núcleo duro", esto es, algunos individuos que al ser presionados reafirman y persisten en sus opiniones.

Uno de los miedos naturales del ser humano, es "... el deseo de evitar el aislamiento, un deseo aparentemente compartido por todos nosotros". Este concepto enmarca el pensamiento a una aceptación social, es decir no romper la línea de criterio colectivo al contrapunto del criterio personal imparcial, y auténtico. Para lograr el grado de aceptación el individuo se encuentra constantemente analizando lo que acepta su grupo social, disminuyendo su propia opinión, dejando de lado la expresión propia (Neumann, 1995, p. 23).

"Parece que el miedo al aislamiento es la fuerza que pone en marcha la espiral del silencio", al analizar la funcionalidad de la espiral del silencio se puede considerar que las posiciones y conceptualización de los grupos minoritarios son aplacados, creándose una sola opinión dominante estableciendo la apariencia de que esta versión es la opinión mayoritaria, a pesar de que no es así, el individuo calla sus verdaderas opiniones por miedo al aislamiento y no ser parte de un determinado grupo (Neumann, 1995, p. 23).

En la antigüedad al expresar la opinión en las tertulias, se producía un intercambio con fluidez en cuanto a criterios, al parecer la mayoría era escuchado y si

se tenía alguna duda, esta era debatida. Las tertulias eran conversación que mantenían los tópicos actuales en una mesa de opinión, en esta se expresaba acuerdos y desacuerdos, así como dudas, planteando discusiones fructíferas.

En la actualidad los medios de comunicación exponen las temáticas que envuelven a la ciudadanía, sin embargo, las emiten colocando de antemano una opinión personal respecto al tema, estos presentan la información, frente al público utilizando la espiral del silencio, así entendemos el gran poder que tienen al poder callar temas controversiales, que afecta a las masas mismas, pero que como la principal opinión la otros influyentes, no les conviene que se genere revuelos.

Las redes sociales tienen una mayor apertura en cuanto a la opinión personal, esto ha producido una disminución en cuanto a la influencia de los medios convencionales (prensa, radio, televisión). Para combatir esta decadencia se han visto obligados a adaptarse al cambio tecnológico mezclándose en las redes sociales que tienen un índice alto en popularidad y que permiten la repetición y constancia de un acontecimiento o noticia.

Las masas continúan validando la opinión de un grupo predominante, ha este grupo se lo denomina minorías ruidosas, que influyen en la opinión de los de y pueden llegar a una audiencia amplia. Este caso demuestra que el razonamiento de las masas se liga en la conducta de aceptación, popularidad dejando de lado el raciocinio.

Aunque se podría pensar que son los textos argumentativos los que van a ejercer mayor influencia en la creación de un estado de opiniones en la sociedad, se ha demostrado que, en el día a día, los hechos seleccionados como noticia generan por sí mismos opinión y alcanzan a un mayor número de personas (Abril, 1999, pág. 36).

Otro tema que se entrelaza en esta teoría es el silencio entre el ruido que nace en la Segunda Guerra Mundial y se conforma en posicionamiento de la televisión como factor de opinión pública y ha evolucionado en la actualidad; este tema se tratara a continuación.

Silencio entre el ruido

La popularización de la televisión en los años ochenta plantea una influencia en la formación de la opinión pública, en donde se determina las matrices de opinión y la percepción de las mismas. Este ruido en el exceso de información interfiere con el criterio del individuo debido a que el medio establece la tendencia de aceptación o rechazo de una política (Díaz H. M., 2015).

En la construcción de la opinión pública, se determinó que el medio de transmisión actúa como axiomas de una principal opinión percibida por la mayoría. Si una mayoría se considera minoría, tenderá a declinar o decaer, mientras que, si sucede a la inversa, esta minoría irá en aumento.

El entorno en el que se manejan los medios de comunicación generan un entorno que desencadena actitudes de discusión, sumisión y el silencio. Los mecanismos empleados en la sociedad para brindar información son espacios que el público acude para construir dichas opiniones en torno a un determinado tema, y para prescribir si una opinión es dominante o minoritaria. De este modo, la exposición u ocultamiento de los medios de determinadas opiniones puede alterar la forma en que éstas son percibidas por el público.

El investigador Estadounidense Miller, (2005) menciona que: “la minoría es un factor necesario de cambio mientras que la mayoría cumple un factor necesario de estabilidad, siendo ambas producto de la evolución. La minoría se mantiene en la parte superior de la espiral, desafiando las amenazas de aislamiento” (Miller, 2005, p.32).

Cuando los medios de comunicación adoptan un punto de vista esta se divide en dos, la de la mayoría y la minoría, cuando una de estas dos voces se hace oír fuertemente y sin temor a sufrir ningún tipo de aislamiento la otra permanecerá en silencio. Lo cual demuestra claramente por qué no puede eliminarse el contenido de los medios como factor importante a la hora de ensayar la teoría de la espiral del silencio.

Para que exista una verdadera democracia se debe ver de manifiesto la opinión pública, esta muestra un lado racional entre el actuar político y los ciudadanos. El

ciudadano debe ser responsable de su conocimiento moral y ético, debe estar informado en cuanto a la democracia y ser partícipe de la toma de decisiones como parte de su participación ciudadana.

Para romper con los paradigmas de aislamiento social es necesario romper normas sin que exista una condena o censura pública, de este modo en la sociedad se genera una opinión aceptable socialmente. La teoría de Merton (1989), en su obra *La Sociología Contemporánea* se puede observar el término "funciones manifiestas" que define los factores de influencia dentro de las consecuencias objetivas que favorecen un ajuste del sistema de comunicación de masas, mientras que las "funciones latentes" son, por lo tanto, las que no son ni propuestas ni reconocidas por estos medios y por ende de la sociedad. (Merton, 1989, p.132)

Saber y conocer

El término opinión ha sido asociado con el saber y el conocer; sin embargo, estas dos palabras tienen diversos y diferentes conceptos y aplicaciones, el saber trasciende de hablar de habilidades aprendidas mientras conocer expresa algún tipo de experiencia. El público en general al opinar sobre algún tema en particular, no significa que lo conozca a fondo, sino que simplemente sabe algo al respecto y de esta manera puede generar su opinión.

Con respecto a esto Botero menciona que:

“La realidad es compleja de entender de lo que hemos creído, y por ello no puede descalificarse el saber como una forma inferior de conocimiento tal como lo planteaban los clásicos griegos Platón y Aristóteles. La opinión no es una mera ilusión. Lo que la gente cree, su saber de la realidad, tiene tanta validez como los hechos mismos” (Botero, 2007, p. 27).

En contraparte, no es que de nada sirva el saber o se lo anule, sino que bien se lo debe tener presente a lo que el público sabe, porque se basan en hechos, en lo que se puede comprobar. Muchas de las veces creemos que llegamos a un conocimiento solo por medio de la educación, que después de recibir la educación, somos otros, que al iniciar este proceso debemos saber que vamos a “borrar” de nuestra mente todo lo

que sabemos, para poder conocer así la “realidad”. Sería absurdo mencionar esto, porque muchos de nuestros saberes los trasladamos de generación en generación, no por una educación formal y no por eso deja de ser importante o “irreal”.

Un ejemplo de esto es cuando se observa un texto que muestra palabras desconocidas, por lo general se cree que al tener un léxico exagerado y pomposo el contenido del libro es interesante. Sin embargo, esto da como resultado que se oscurezca el conocimiento a sabiendas de que lo que dicen no es profundo, sino que bien se han buscado palabras rebuscadas para decir algo simple.

El público y lo público

Al término “público” podemos darle varios significados, pero en la investigación se enfocará en dos principalmente. Lo público, que estaría subdividido en dos enfoques a su vez, en el primer sentido “significa lo abierto a todo el mundo, por ejemplo, un lugar público, (...) público es un lugar general que pertenece a todos y a nadie”, y por otro lado se entiende a lo público que tiene que ver con el Estado, “esto significa que se trata de asuntos o problemas que nos atañen a todos, relacionados con el bienestar general” (Botero, 2007, p.101-102).

Así mismo, público, como sustantivo masculino, hace referencia a un grupo de gente, en casos expectantes de lo que ocurre, con características específicas, “el público no se mantiene unido por medio de contactos cara a cara y hombro a hombro; se trata de un número de personas dispersas en el espacio, que reacciona a un estímulo común...” (Young, 1963, p. 496).

Dicho grupo de gente, se puede entender como parte de los miembros de una nación, pero que a su vez son distintos en diferentes aspectos, pero como lo señala Young, reaccionan a un estímulo, este puede ser que afecte a su entorno y por esa razón volverse unido y en ese caso si trabajar con el resto para lograr ser tomados en cuenta.

Lugar de Difusión

Las opiniones generadas íntimamente en el individuo, sabemos que se deben al entorno en el cual se desarrollan, pero otra cosa es el espacio público donde se pueden expresar dichas opiniones, porque no sería opinión si no se la difunde. El

concepto de espacio público se ha analizado a lo largo de la historia, pero tiene una trascendencia especial en el área de la comunicación, estos emergen en cuatro áreas trascendentales:

Cuatro grandes modelos de comunicación que organizan un espacio público ampliado y dividido: la prensa de opinión (mediados del siglo XVIII), la prensa comercial (a partir de mediados del siglo XIX), los medios de comunicación audiovisuales de masa (desde el mediados del siglo XX) y las relaciones públicas generalizadas (Miége, 1996, p. 32).

El espacio público de hoy en día es diferente al de antes, pues en un principio las ideas que fluctuaban de los individuos, eran tertulias en lugares públicos, con la llegada de la prensa, la radio y la televisión, el espacio fue masificado, mientras que hoy en día se observa una evolución que es interactiva con el usuario, esto gracias a la llegada del internet. En la actualidad los medios audiovisuales se convierten en las plazas de la antigüedad en donde se versa la información pública.

Se ha pasado de un espacio físico a uno virtual con la red, los sitios web, y las aplicaciones móviles, pero, aunque se presentan nuevos espacios para tratar lo público los espacios anteriores no desaparecen, sino que se suman.

Como conclusión de la expansión de lugar público a los medios de comunicación tecnológicos, según Falconí (2008) son los siguientes: “la comunicación actualmente se limita a la libre expresión. A la posibilidad de fundar medios, y a la apelación a la no censura”. No se sabe hasta qué punto evolucionarán los medios masivos y qué futuro le depara a la comunicación, lo que se espera es lograr su transparencia, constituir medios en igualdad de condiciones que la comunicación exacta y verídica sea un derecho humano básico (Falconí, 2008, p.4).

La Agenda Setting

En 1972 los estudios de Maxwell Mc Combs y Donald Shaw, afirmaban que los medios de comunicación determinan una agenda, en la cual los medios procuran

dar mayor espacio a ciertos temas que ellos mismo eligen, esta es la teoría “Agenda Setting” (McCombs & Shaw, 1972).

La información para transmitir en los medios de comunicación es prácticamente infinita, pues en cada rincón del mundo se está formando una nueva, es en donde actúa la agenda, porque cada medio está en la capacidad de definir lo que desea transmitir. Independientemente de si nos satisface o no esa información, es decir el receptor es pasivo y se limita a escuchar lo que el medio dictamina.

Según Mourao (2012) “Uno de los papeles de los medios de comunicación es informar, sin embargo, se les atribuyen también los papeles de enmarcación interpretativa (‘framing’), de persuasión y de agenda-setting”. Dicha teoría considera la capacidad de los medios de comunicación masivo para regular la importancia de la información transmitida a los públicos (Mourao, 2012, p.327).

En la tesis Doctoral Díaz Rivadeneira menciona que las noticias de primera mano que se encuentran como encabezados y que preponderan en tiempo y espacio a ser publicados depende de estos medios.

La selección de las noticias por parte de los medios y la credibilidad de éstos actúan sobre el marco de referencia del debate político. Los medios de comunicación seleccionan los temas sobre los que se habla y se discute, así como su importancia, su orden y la manera de transmitirlos (Díaz R. R., 2004, pág. 23).

Los medios de comunicación tradicionales toman el control de la información y la organizan para transmitirla, por tanto, toman el control de la opinión pública por un espacio de tiempo. Estos, juegan un papel importante, son quienes llegan a las grandes masas, que de una u otra forma son influenciados socialmente con los criterios que en sí se presentan, aunque el poder que tienen los medios puede variar, estos no dicen exactamente que pensar, pero si están poniendo en la palestra sobre qué pensar. En tiempos de crisis es en donde existe una mayor influencia de los medios, de igual manera si los hechos no son trascendentales se convierten en desconocidos o nos tratados directamente por la prensa.

Con la llegada de la red, la teoría de la agenda setting se difumina en algo, puesto que el usuario es quien determina su propia agenda y no se rige con la de los medios. En el cruce de información el individuo define con que informarse y con que no, incluso puede proponer temas a discusión. El individuo está en la tarea de contrastar toda la información que se le presenta incluso en los medios tradicionales, para tener una verdad confiable. Sin embargo, la utilización la web y de la rapidez con la que ingresa la información a millones de usuarios ha obligado a los medios masivos a involucrarse en redes sociales para no perder audiencia.

En el caso de los medios impresos transmiten la misma información, pero la digitalizan transmitiendo interactividad al usuario. La transmisión Online trata de interactuar con el público permitiendo que él está cerca del contenido e ingrese cuando él desea, en este punto es el emisor el que intenta ganar al receptor configurando la información que desea visualizar.

De lo físico a lo virtual

En un principio la llamada esfera pública se la destaca por el recogimiento de público en la plaza o lugar específico para tratar temas de la sociedad, individuos o instituciones, un posicionamiento cara a cara de los ciudadanos, claro que al frente regía alguien con credibilidad y por supuesto facilidad de palabra.

Aquí la persona que usa el discurso para la comunicación, lo hace de una manera racional y crítica, para que el público mismo sea quien analice, quien discuta y forme incluso nuevos criterios de lo que se esté tratando, Grossi (2007) afirma: “la opinión pública es la opinión de todos los ciudadanos privados, que hacen uso público de la razón en lugares públicos como los cafés y los salones de la época...” (Grossi, 2007, p.28).

Al crecer esta modalidad de intercambio de información, el movimiento de las noticias se asemeja a la transacción de mercancía, que sería consumido por la sociedad, pasando a desarrollar a los medios de comunicación como esfera pública, viendo la manera de vender dicha mercancía. Valverde (2007) menciona: “La urgencia por controlar y estabilizar estos procesos y hacerlos social y económicamente rentables no

se acomoda sin fisura a la emergencia de los espacios de opinión pública” (Valverde, 2007, p.248).

Los medios de comunicación masiva aparecen para reemplazar estos espacios públicos, esperando que se consuma información, quitando la interacción entre los individuos y siendo unidireccional, a no esperar una respuesta inmediata como el cara a cara que se vivía anteriormente. Así ya se convierte el espacio público en algo intangible, donde ya no prima lo racional ni el entendimiento mutuo, sino el simple intercambio de información. El individuo que era activo en busca de lugares en donde dialogar, se vuelve pasivo y acrítico.

Lo cierto es que, el cambio de la comunicación a través de los años con el uso de las nuevas tecnologías, hizo que de manera notoria las relaciones sociales entre: amigos, familiares, conocidos, colegas y entre otros grupos sociales, se desarrollara de manera diferente. Ahora es tan fácil ponerse en contacto con otra persona, y no sólo existe una forma sino varias, las más conocidas y usadas son: mensajes de texto, WhatsApp y, las mensajerías que brindan las redes sociales.

Por tanto, vivimos en la era del internet y las nuevas tecnologías que pertenecer a una red social ya no es cuestión de gusto o de comodidad, sino se ha convertido en una necesidad para mantenernos dentro del círculo social.

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE

INTERNET

El internet parte de su evolución en 1969 donde aparece como una red, generando una conexión entre dos computadoras, una en la Universidad de California en Los Ángeles y la otra en el Instituto de Investigación de Stanford. Pero pocos se imaginaban el gran alcance que esto lograría. En 1983 el Departamento de Defensa de Estados Unidos empieza a usar en su red el Protocolo TCP/IP, que es un protocolo para que un equipo se comunique con otro en la red, dando nacimiento al Internet.

El internet está transformando la sociedad y cambiando la manera en que se puede transmitir información. Andrada, (2010) afirma que el internet “es un conjunto descentralizado de redes de comunicación interconectadas que utilizan la familia de protocolos TCP/IP, lo cual garantiza que las redes físicas heterogéneas que la componen formen una red lógica única de alcance mundial” (Andrada, 2010, p.110).

Es notable que internet deja atrás el esquema de la comunicación unidireccional, el receptor ahora tiene la capacidad de interactuar con el emisor, pasando a ser incluso productores de contenidos no solo impresos sino visuales y auditivos. Internet llegó para revolucionar la manera en los seres humanos se comunican, haciendo que sus usuarios participen de una manera activa en muchas de las aplicaciones gratuitas que están disponibles.

Hoy en día es difícil pensar que se pueda prescindir un teléfono inteligente o un computador, en nuestro vivir diario para la recepción de información, dando así una revolución social y no solo tecnológica.

Al comenzar los inicios del internet se debe destacar a la red mundial que engloba la información como tal la www (World Wide Web) que según su inventor Berners-Lee, (2004) “La Web es el medio de mayor difusión de intercambio personal aparecido en la historia de la humanidad, por delante de la imprenta. Esta plataforma ha permitido a los usuarios interactuar con diferentes grupos de personas dispersas alrededor del planeta” (Barners-Lee, 2004, p.63).

Desde entonces su expansión ha sido masiva, a tal punto que hoy en día de la mitad de la población mundial tiene acceso al internet, en lo recóndito del planeta se observa y encuentra a con alguien con internet a su alcance. El planeta se globalizó con la llega del internet mediante la web, se rompieron barreras para compartir la información, sin mencionar la rapidez, se dejaron de aislar culturas completas y se creó un espacio virtual al que relativamente se tiene fácil acceso.

Las cifras para enero de 2018, según We Are Social (2018), los usuarios de Internet en el mundo fueron 4021 millones de personas y 3196 millones de usuarios activos en redes sociales en todo el mundo, las cifras en el uso del internet con respecto al 2017 ascendieron en un 7%, es decir 248 millones de personas se unieron a la red, para hacer uso de todas las herramientas que facilita.

Internet En Ecuador

Ecuador es uno de los países latinoamericanos con mayor penetración de Internet, en el año 2014 el 78% de la población ecuatoriana tuvo acceso a Internet fijo o móvil (Barners-Lee, 2004, p.69). Gran parte de la población tiene acceso a una variedad de información, este incremento se debe a que muchos ciudadanos forman parte de la política, desean dar su opinión y utilizan el internet como una herramienta esencial en este ámbito.

El internet por tanto en Ecuador se ha convertido en una herramienta para comunicarse, las figuras públicas tanto en el ámbito social como político se han visto en la necesidad de contar con por lo menos una red social, que les permita mantenerse en contacto con las personas que siguen sus actividades.

Por tal motivo en el ámbito político, el internet y en especial las redes sociales juegan un papel crucial para los servidores públicos y sobretodo en tiempos de campaña para los candidatos, debido a que es una forma de comunicación accesible y verás con el pueblo, por tanto, el uso de estas plataformas virtuales ha logrado que exista un vínculo ameno entre los representantes políticos, incluso con quienes gobiernan un país con la ciudadanía.

Según We Are Social (2018), a enero de 2018 Ecuador cuenta con 13.47 millones de usuarios de internet, es decir un 80% de la población del país, cifra alentadora con respecto a Latinoamérica. Pero, al mismo tiempo, gran parte de la población tenga acceso al internet y tener a tanta gente publicando información todo el tiempo, en algún momento se pierde la credibilidad, es por eso que lo que vemos y leemos en el internet, hay que saberlo discernir y diferenciar la verdad de la vil mentira.

Redes sociales

Dentro del Internet, las redes sociales se han destacado por su acelerado posicionamiento, se han convertido en un lugar virtual de encuentros sociales, en donde toman confianza las personas comunes. Para poder entender este fenómeno a fondo se debe conocer su definición y sobre todo su historia.

Al mencionar los orígenes de las redes sociales se puede observar una evolución técnica que inicia al empezar la evolución de los primeros medios tecnológicos desde la concepción del telégrafo, hasta la iniciación de la red mundial y el internet.

El primer medio de comunicación considerado moderno, fue la telegrafía seguido rápidamente por la telefonía, la radio, la televisión, la transmisión por cable y satélite, y por supuesto Internet. El desarrollo de estos medios de Telegrafía, es la transmisión a larga distancia de mensajes escritos sin el transporte físico de cartas, originalmente sobre cables. comunicación, ocurrió en los últimos 150 años, aunque fue durante la última década en que el Internet llegó a su auge. (Galaz, Yamazaki, & Ruiz Urquiza, 2014)

Classmates Online Inc. es una empresa que fue fundado por Randy Conrads en el año de 1995, con el fin de ayudar a sus usuarios a encontrar a sus viejos amigos y mantenerlos, dando inicios a lo que hoy conocemos como redes sociales como tal.

Tan solo dos años después aparase sixdegrees.com el cual cuenta con un incremento en sus funciones a diferencia de la anterior red social, una de sus funciones destacables es que se podía enviar mensajes entre usuarios. Para el año 2002 surge

Friendster, misma que en poco tiempo consiguió los 3 millones de usuarios, pero que tendrían inconvenientes técnicos que harían que no durara mucho en el mercado.

Otra de las redes sociales que impactó fue MySpace que emerge en el año de 2003, tuvo gran influencia en sus inicios hasta la llegada de Facebook en 2004, su creador Mark Zuckerberg (Kirkpatrick, 2012) quería mantener una conexión entre estudiantes universitarios, pero nadie pensó que se iba a posicionarse como una de las empresas sólidas en la actualidad. Pero no fue hasta 2007, en donde se torna popular a nivel mundial, pues se empieza a traducirse a los diferentes idiomas.

En 2006, da inicios Twitter, red social que se enfoca en general en la información textual creando pequeños blogs con contenido limitado a 140 caracteres en sus inicios, para posteriormente en noviembre del 2017 ofrecer 280 caracteres por publicación (El Comercio, 2017).

El uso de las redes sociales con respecto al año 2017 tiene un crecimiento mayor, llegando al 13%, son más los usuarios que se unen a la plataforma sociales del Internet, no tan sólo por la información que ésta facilita sino más bien para unirse a la nueva forma de vida social en general.

“Las redes sociales son los nuevos espacios virtuales en los que nos relacionamos y en los que construimos nuestra identidad”. Un lugar donde se puede reunir con familiares, amigos e incluso con personas desconocidas, para poder interactuar, apoyar una causa en común o simplemente formar parte de una comunidad de nuestro interés (Orihuela, 2008, p.59).

“Las redes sociales en línea nos permiten conocer y eventualmente acceder a los contactos de nuestros amigos, así como descubrir a personas con intereses, objetivos o gustos afines. Con tales capacidades, no es extraño que una de las funciones de las redes sociales en línea (y uno de sus mercados rentables) sea precisamente el de búsqueda de parejas”. (Orihuela, 2008, p. 58).

Una red social no se debe ver como un lugar de ocio, o para compartir intereses comunes, sino que debe ser considerada un medio de empoderamiento y profesionalismo que permita impulsar y mostrar las habilidades personales en distintas

áreas siendo este medio una forma eficaz de “representar las relaciones profesionales, y no sólo sustituirlas a las tradicionales tarjetas de visita, sino que de modo creciente están sustituyendo al viejo currículum” (Orihuela, 2008, p.59).

Las redes sociales en pocos años, han sido medios por los cuales gran parte de la población se informa, es decir que modifica los hábitos para cambiar la relación de los públicos con los medios.

La red en la opinión pública

Al conocer la evolución de los espacios públicos, se debe concientizar el cambio en la estructura de dichos espacios, estos buscan integrar nuevos espacios públicos, en nuevos medios de comunicación que involucran en un cambio en la interacción de la sociedad. La evolución de los espacios públicos, es notable por todos los cambios en la sociedad que comienzan desde la comunicación. Los lugares públicos han perdido reconocimiento y validez y esto se debe a las nuevas formas de comunicación que ahora se manejan.

El encuentro entre individuos, era imprescindible años atrás, y es por ello que los espacios públicos (parques, teatros, plazas) tenían mayor fluidez, lo que no sucede en la actualidad, pues con la tecnología que caracteriza a esta época, hace que la comunicación se realice de manera virtual, y no se priorice la presencia de los individuos. El receptor pasivo que se creó con los medios de comunicación tradicionales, empieza a desaparecer con la red, pues existe un intercambio de información sin fronteras, el sujeto debe buscar y verificar la información, dicha rapidez no significa que sea cien por ciento real la información.

Las jerarquías se eliminan con la llega del internet para el intercambio de información, quien quiera puede informarse de lo que sea dentro de esta red y a la velocidad de un “click”, igualmente al generar la posibilidad de una respuesta instantánea, el sujeto se vuelve interactivo.

“Cyberi, “una aldea planetaria”, basada en la libertad, la inteligencia, la instantaneidad y la fraternidad de los intercambios sin fronteras. Al hacer posible el contacto entre todos, con o sin anonimato, Internet vendría a sellar

el fin de las jerarquías sociales, a incrementar el desarrollo de una inteligencia colectiva o a anunciar la liberación de la cultura de masas simbolizada por la televisión que hasta ahora habría asfixiado a los individuos en la pasividad” (Maigret 2005, p. 437).

El internet permite obtener respuestas rápidas y hasta cierto punto eficiente, se debe recordar que en años anteriores el recibir información de una ciudad o un país esta demoraba en llegar al receptor algunos meses. Mientras que un mensaje de texto demora 1,5 segundos (Agudo, 2018).

Existen algunas interrogantes respecto a este tema por ejemplo ¿que tanto nos ha beneficiado estas facilidades en las relaciones sociales? ¿Las relaciones sociales son mejor ahora o hace años atrás?; son interrogantes difíciles de responder debido a que si le preguntas a un joven su vida y su crecimiento ya tuvo estos cambios que la tecnología aporta, y si le preguntamos a una persona adulta, por sus costumbres y su mismo estilo de vida que llevaba, seguramente contestaría que sus tiempos fueron mejores.

El mejoramiento de las condiciones de vida y educación en los últimos diez años, y de manera importante la influencia del ex mandatario Rafael Correa ha aumentado el uso de Redes Sociales, en especial Twitter que se ha convertido en una de las redes sociales preferidas por los líderes políticos en el país y el mundo.

TWITTER

En Twitter existen 300 millones de usuarios activos, enviando 340 de millones de tuits al día. Al tener un perfil del usuario e información personal, Twitter se considera como una red social, pero a la vez se la asocia a un “microblogging”, en donde se puede publicar información corta de una manera instantánea, a través de un ordenador o un teléfono móvil.

280 caracteres son los que permite escribir la tan conocida red social que se ha venido consolidando como un espacio para políticos, periodistas, artistas y público en general. Dentro de los caracteres mencionados como limitante, hoy en día se encuentran links con enlaces a hipertextos con información.

Una de las características de Twitter, son los famosos “hashtag”, que vienen siendo etiquetas, mismas que permiten organizar temas de discusión, pues se necesita buscar dentro de la misma red una palabra referente a un tema de nuestro interés, solo se debe digitar dicha palabra o contexto es decir una palabra clave. Estas etiquetas empiezan con el símbolo #, de esta manera se conoce todo lo que en ese momento se esté diciendo sobre ese tema en específico.

Ilustración 1: Indicadores digitales de Ecuador



Fuente: <https://blog.informaciongeneral.com>

Elaborado por: Brian Cárdenas

Twitter como arma de los políticos

El twitter ha sido una red social puntual, en la que la mayoría de sus usuarios se mantiene informado de sus seguidores y sus actividades. Los políticos se han aprovechado de esta herramienta para poder entablar una relación directa con la ciudadanía. Su influencia no actúa sola, sino que se articula con la fuerza política fuera de internet, estrategias en conjunto propaganda y una red de usuarios capaces de viralizar el mensaje (Saltos, 2013).

Es a través de esta red social, donde se han definido muchos temas de debate y opinión de la sociedad. Candidatos y votantes usan Twitter y blogs para discutir problemas sociales y políticos, compartir información y animar la participación política (Kushin & Yamamoto, 2010).

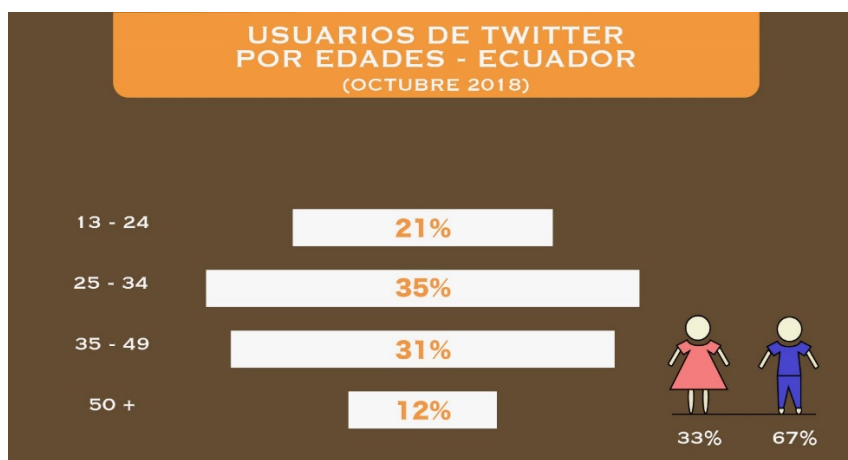
En Ecuador el uso de esta herramienta tuvo un crecimiento considerable en el gobierno de Rafael Correa, es el usuario número 1 en el país y su interacción en su mandato era determinante en cuanto a los temas políticos y las actividades que realizaba, de hecho, en las noticias televisivas se comentaban lo que el ex mandatario tuiteaba en su perfil, y se desencadenaban una serie de buenos comentarios y también de personas que no estaban de acuerdo con su ideología y formas de gobierno. Su popularidad se debe en gran medida al uso de esta red social, un dato importante es la relación entre el número de seguidores de una cuenta y su éxito en las urnas, de tal manera que se mantuvo dos periodos como el primer mandatario del Ecuador.

Twitter en el Ecuador necesita participación de la ciudadanía para convertirse en un espacio cultural y educativo. A través de internet puede ser posible la caída de las barreras de opresión. según Coronel & Mier (2011) afirman que “Twitter en Ecuador se convirtió en el único medio de difusión en línea en el cual se podía encontrar otro tipo de información, tomando en cuenta que los medios masivos no aprovecharon su espacio en la red para transmitir el otro lado de los hechos.” (Coronel & Mier, 2011, p.4).

Twitter permite la democratización de la comunicación gracias a la oportunidad de participación, acceso e inmediatez en la recepción y emisión de información en 280 caracteres, esta red social ha sido crucial en la popularidad del país y en cierta manera se debe a esta red el aumento de usuarios del internet, no sólo como medio para la política sino también como fuente de información de lo que acontece en el país. (Coronel & Mier, 2011)

Mancera Rueda & Pano (2013) manifiesta que el criterio personal sobre una situación o momento específico, puede generar un tema de opinión para un grupo de personas, y esto se debe a la inmediatez y facilidad para comentar sobre el tema o dar su punto de vista que difiere de los de, y es mediante esta dinámica en la que el publicar o enviar un comentario es sólo cuestión de segundos, el debate que se puede generar en línea permite la formación de una opinión pública informada y participativa.

Ilustración 2: Indicadores digitales de Ecuador



Fuente: <https://blog.informaciongeneral.com>

Elaborado por: Brian Cárdenas

De tal manera en la actualidad se puede conocer inmediatamente lo que sucede en sitios alejados, y ser la ciudadanía los que puedan obtener información y a su vez generar contenido que sirva a otras personas, “gracias a internet y al desarrollo de la web 2.0 existe un crecimiento exponencial de autores que dejan un registro de su existencia y que hacen afirmaciones o negaciones sobre asuntos que la mayoría no estamos en condiciones de verificar”. (González, 2009, p. 543).

Las Encuestas respecto a la política

Para poder conocer lo que el pueblo piensa, sabe o desconoce sobre un tema u otro, la manera para llegar a ello y que las personas comunes demandan son las encuestas, pues con ellas se determina la inclinación del individuo, “...los veredictos de los sondeos se han convertido en una especie de realidad superior o, por decirlo de otra manera, se han convertido en la verdad” (Kundera, 2009, p. 87).

Pero lo que sabemos es que la imagen es lo que hoy en día manda, lo que consumimos diariamente son imágenes que dictan qué es lo que queremos y debemos saber. Pero, ¿en dónde es que aparecen las imágenes?, a donde mires los medios de comunicación están llenando de imágenes y aun ahora que el mundo se encuentra en una era tecnológica, donde se puede tener millones de imágenes en la palma de la mano.

“¿Y de quién depende la prensa? De los que pagan, los avisadores y los gobernantes. El objetivo no es vender, ni convertir a los escépticos en adeptos al régimen de turno; es apropiarse de la mente de las personas para anularlas, desconectarlas de su realidad y despojarlas de toda posibilidad de tomar contacto con ella” (Mora y Araujo, 2012, p. 367).

Lippmann hace referencia a que la mayoría de las imágenes que los medios muestran tiene el objetivo de crear una ficticia realidad en la mente del consumidor o receptor, estas ideas formarán la opinión pública. Es por eso que si queremos llegar a una visión equitativa con la propia realidad se debe investigar, buscar el trasfondo de lo que se dicen, de porque se lo dice, con qué objetivo. Los medios en general quieren mantener fuera al público el razonamiento y no se desea estar conectado con la realidad, y así no ser un estorbo a quienes hacen y deshacen a un Estado. En el ámbito de la vida social los individuos se adaptan por medio de las aficiones.

"La ficción cubre toda la gama, desde la alucinación pura al empleo plenamente consciente de modelos esquemáticos por parte de los científicos, e incluso a su decisión de que, con respecto a un problema en particular, la exactitud allá de un número determinado de decimales carece de importancia. Las ficciones pueden tener casi cualquier grado de fidelidad. Lo importante es tenerlo presente, para evitar llamarnos a engaño" (Lippmann, 2003, p. 33).

Entonces, lo que las encuestas nos dicen no es netamente la realidad, sino lo que las personas saben por medio de las imágenes que se les presentan, pero que en sí no son la realidad. Además “la gente genera cambios bruscos de opinión, se dejan llevar por entusiasmos y odios, es dócil ante los influyentes o los poderosos” (Mora y Araujo, 2012, p. 58).

Es por eso que las encuestas perderían su valides, pero como las personas comunes piensan y creen que estas reflejan la realidad, diariamente se ven publicadas encuestas, que al momento de la verdad, es decir al momento de contar votos, se llevan grandes sorpresas, llegando así al poder a personas que muchas de las veces ni siquiera fueron mencionadas en las encuestas.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo General

Analizar si el Twitter del Presidente Lenín Moreno aporta a la construcción de la Opinión Pública.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Analizar los comentarios vertidos en la red social Twitter del mandatario Lenín Moreno a través de la técnica de recolección de datos.
- Constatar los comentarios vertidos en el periodo enero – marzo de 2018 en la cuenta de Twitter @Lenin.
- Establecer la influencia de Twitter como una herramienta para la difusión de información con carácter político, en el Ecuador.

CAPÍTULO II

2.1 METODOLOGÍA

2.1.1 Materiales

La presente investigación es explicativa, debido a que se trata de encontrar las causas que las producen, al tomar en cuenta el tipo de información que se usa a través de las publicaciones en Twitter, para determinar que produce en sus seguidores, “un seguimiento digital que tiene como objetivo poder analizar de forma puntual y regular en el tiempo el clima de opinión” (Rodríguez, 2012, p. 149).

También podemos acotar que el trabajo de investigación es descriptivo debido a que la descripción de las actividades es una manera factible de conocer los datos a investigar, puesto que es exacta las actividades que se realizan, y se las puede analizar detenidamente.

El método utilizado es cuantitativo porque se tomó en cuenta el número de comentarios en cada publicación y cualitativo porque se revisó los mensajes de las publicaciones y sus respectivos comentarios.

2.2 MÉTODOS

TIPOS DE INVESTIGACIÓN

2.2.1 Investigación Bibliográfica

Rivas (1994) “la investigación bibliográfica es la primera etapa del proceso investigativo que proporciona el conocimiento de las investigaciones y técnica sobre una cuestión determinada” (Rivas, 1 994, p.12).

La investigación bibliográfica analiza la información acerca de las variables dependiente e independientes, para esto se recolecta datos científicos y técnicos, así como conclusiones de casos técnicos de libros, revistas científicas, periódicos, monografías, tesis de doctorado, medios digitales y páginas web, entre otras fuentes de información. Para esta investigación se recabaron información de conceptos

teóricos al respecto del internet, las redes sociales, el Twitter y la opinión pública, con el objetivo de documentar lo que se está aconteciendo en la actualidad con respecto a la opinión pública y el Twitter.

2.2.2 Investigación de campo

La investigación de campo permite conseguir datos de primera instancia; estos son trascendentales para el desarrollo de la investigación. El metodólogo Sabino (2015) menciona que: “el desarrollo de la investigación se basa en la información obtenida directamente de la realidad permitiéndole al investigador establecer las condiciones reales que se han conseguido los datos” (Sabino, 2015, p.43).

Para la selección de los tuits relevantes y usados para la investigación, se ha tomado a criterio escoger los tuits con mayor cantidad de comentarios y menor comentarios por semana, tomado en cuenta los tres meses de estudio, dividiéndolos en cuatro semanas cada uno.

2.2.3 Investigación exploratoria

El objetivo principal de la investigación exploratoria es captar una perspectiva general del problema, y considerar si la opinión pública en el Ecuador. En esta etapa de la investigación se analiza la información y criterios de opinión que el mandatario Lenín Moreno expresa en su red social y como este impacta a la ciudadanía, y como esta participa e interactúa con el mandatario.

2.3 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

2.3.1 Enfoque cualitativo

El enfoque cualitativo utiliza la recolección y análisis para cumplir los objetivos planteados en el proceso de interpretación, analiza aquello que está relacionado con la cualidad o con la calidad de algo, es decir, con el modo de ser o con las propiedades. Teniendo en cuenta el tema a consideración para esta investigación, el enfoque cuantitativo brinda criterios crítico propositivos en el paradigma.

La Espiral del Silencio de la Opinión Pública con respecto a temas políticos, es un tema que servirá para futuras investigaciones, por medio de las redes sociales se analizara si esta ha cambiado la forma en que se presenta la opinión misma y quizás se acorta esta espiral del silencio.

2.4 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

2.4.1 La Observación

Se ha elaborado un trabajo detenido de observación al perfil de Twitter @Lenin, perteneciente a la cuenta al presidente Lenín Moreno, en el período comprendido de enero a marzo de 2018 con el objetivo de analizar si este aporta a la construcción de opinión pública. Esta observación es válida para poder cumplir con el objetivo planteado en la investigación.

De igual manera las reacciones y comentarios emitidos en las publicaciones de esta cuenta oficial pueden ser verificados, desde cualquier cuenta de twitter, solo con el uso de las fechas que fueron emitidas las publicaciones.

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLE DEPENDIENTE: La opinión Pública

Tabla 1: Operacionalización de la variable dependiente

| Conceptualización | Categorías | Indicadores | Ítems Básicos | Técnicas e Instrumentos |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| La opinión pública es la tendencia o preferencia, real o estimulada, de una sociedad o de un individuo hacia hechos sociales donde el público aprecia el punto de lo públicos siendo los medios masivos los que utilizan la espiral del silencio , manejando en especial la política. | Opinión Pública | Formación de la Opinión Pública Etapas de la formación de la Opinión Pública | ¿Puede la ciudadanía expresar su opinión personal? | Recolección de Datos. Técnica: Información bibliográfica Instrumentos: Fichas bibliográficas Técnica: La observación Instrumento: Fichas de observación. |
| | El público y lo publico | Silencio entre el ruido Saber y conocer | ¿Qué elementos conforman la opinión pública? ¿Qué es lo que se sabe y se conoce? | |
| | Espiral del silencio | Lugar de Difusión Agenda setting | ¿Cómo se ejecuta el aislamiento en la opinión pública? | |
| | | | ¿Quién decide qué información llega al público y se hace público? | |

Fuente: Marco Teórico

Elaborado por: Brian Cárdenas

VARIABLE INDEPENDIENTE: Las redes Sociales (Twitter)

Tabla 2: Operacionalización de la variable independiente

| Conceptualización | Categorías | Indicadores | Ítems Básicos | Técnicas e Instrumentos |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|---------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| El internet está transformando la sociedad y cambiando la manera en que se puede transmitir información, en este medio se han destacado las redes sociales por su acelerado y posicionamiento, el twitter se han convertido en un lugar virtual de encuentros respecto a la política. | Internet | Historia De lo físico a lo virtual. | ¿Cuál es la cantidad de usuarios ecuatorianos en internet? | Recolección de Datos. Técnica: Investigación exploratoria. La observación Instrumento: Fichas de observación. |
| | Redes sociales | La red en la opinión pública | ¿Cuáles son las redes sociales que se emplean para brindar información política en el Ecuador? | |
| | | | Como se maneja la opinión política de Lenin Moreno en las redes sociales | |
| | Twitter | Las Encuestas respecto a la política. Twitter como arma de los políticos | ¿Qué cantidad de Twitter publica Lenin Moreno ? | |
| | | | ¿Qué temáticas trata Lenin Moreno en twitter? | |
| | | | ¿Cómo influye twitter en la opinión publica de los ecuatorianos? | |

Fuente: Marco Teórico

Elaborado por: Brian Cárdenas

Plan de recolección de información

Tabla 3: Plan de recolección de información

| Preguntas | Explicación |
|----------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. ¿Para qué? | Recolectar los comentarios vertidos en la red social Twitter para conocer cómo influyen las redes sociales en la opinión pública. |
| 2. ¿De qué personas u objeto? | Del mandatario presidente del Ecuador Lenín Moreno |
| 3. ¿Sobre qué aspecto? | Análisis del twitter del presidente Lenín Moreno y la construcción de la opinión pública. |
| 4. ¿Quién? | Brian Cárdenas |
| 5. ¿Cuándo? | De enero a marzo de 2018 |
| 6. ¿Dónde? | Cuenta oficial Twitter @Lenin |
| 7. ¿Cuántas veces? | Una vez |
| 8. ¿Qué técnicas de recolección | Observación y recolección de fuentes digitales conocidas como twitters |
| 9. ¿Con qué? | Ficha de Observación |
| 10. ¿En qué situación? | Recolección de datos digitales en internet. |

Elaborado por: Brian Cárdenas

Plan de procesamiento de la información

Para procesar la información recolectada entrará a un análisis e interpretación de los resultados obtenidos de la recolección de los Twitters de Lenin Moreno, mediante gráficos estadísticos que se ejecutaran por un periodo de trece semanas, con un análisis mensual que facilitará la verificación en función de las variables planteadas, de este modo se concluirá la influencia de la red social Twitter en la opinión pública del Ecuador.

CAPÍTULO III

3.1 RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.2 Análisis y discusión de los resultados

A continuación, se realiza la investigación y aplicación metodológica del análisis de la información obtenida en el periodo enero – marzo 2018.

ENERO 2018

PRIMERA SEMANA DE ENERO: 1 AL 7 DE ENERO DE 2018

El tuit más destacado: 6 de enero del 2018

Gráfico N° 4: Alejandra Vicuña Vicepresidenta



Fuente: Twitter de Lenín Moreno

Dentro de esta primera semana de análisis, al ser inicio de año, se ve que las publicaciones son escasas, se tuitearon tan solo seis veces en esta semana. Este fue uno de los tuits que ha causado controversia en el país (Gráfico N°4), debido a la situación que se estaba atravesando en ese momento, el vicepresidente del Ecuador Jorge Glas fue elegido por el pueblo democráticamente, pero se lo detuvo y perdió su libertad el 2 de octubre del 2017, después de que investigaciones lo acusaran de formar parte de los sobornos de la empresa brasileña Odebrech (Verdezoto, 2017).

El país se había quedado envuelto en una problemática mundial al verse empañado con estos actos de corrupción, y sobre todo se quedó con la silla vacía del segundo mandatario de la nación.

El presidente Moreno, envió a la Asamblea Nacional una lista de personas para que fueran los legisladores los encargados de elegir al nuevo vicepresidente del Ecuador mediante una sesión a la que no todos los asambleístas asistieron. Se registraron 31 asambleístas ausentes que correspondieron al bloque de Alianza PAÍS del ala del correísmo y tres del sector de oposición (El Universo, María Alejandra Vicuña es la nueva vicepresidenta; reemplaza a Jorge Glas, 2018).

Los mismos asambleístas estuvieron en desacuerdo al elegir al segundo mandatario, este procedimiento dio mucho de qué hablar debido a que el presidente Moreno, también fue parte del partido político que gobernaba el país, en el tiempo en que se cometieron estos actos de corrupción. Aficionados y miembros activos de Alianza PAÍS lo acusaron de “traidor”, evidentemente la fractura de este partido era inevitable. Políticos decidieron ponerse a favor del presidente Moreno y reconocer su trabajo en contra de la corrupción, mientras otros apoyaban a Glas, pero sobre todo al ex mandatario Rafael Correa.

Por tanto, el que la Asamblea Nacional haya elegido a Alejandra Vicuña como vicepresidenta del país, causó mucha controversia no solo en la política sino en toda la sociedad, y el anuncio de esta noticia a través de Twitter, permitió que los ciudadanos opinaran acerca del tema. Por el nivel de interacción que se tuvo a través de esta red social, se puede determinar que fue uno de los temas políticos controversiales en el Ecuador.

El tuit generó interacción en los usuarios de esta red social: con 1200 comentarios, 2500 retuitean lo que significa los usuarios copiaron este mensaje en sus cuentas personales, finalmente cuenta con 3100 me gusta. Para quienes conforman el grupo presidencial, hacerse presentes a través de las redes es importante en la actualidad, no sólo por su impacto en los usuarios, sino también por la preocupación y el deseo de bienestar que el Gobierno quiere reflejar.

El tuit menos destacado: 5 de enero del 2018

Gráfico N° 5: Día del Periodista



Fuente: Twitter de Lenín Moreno

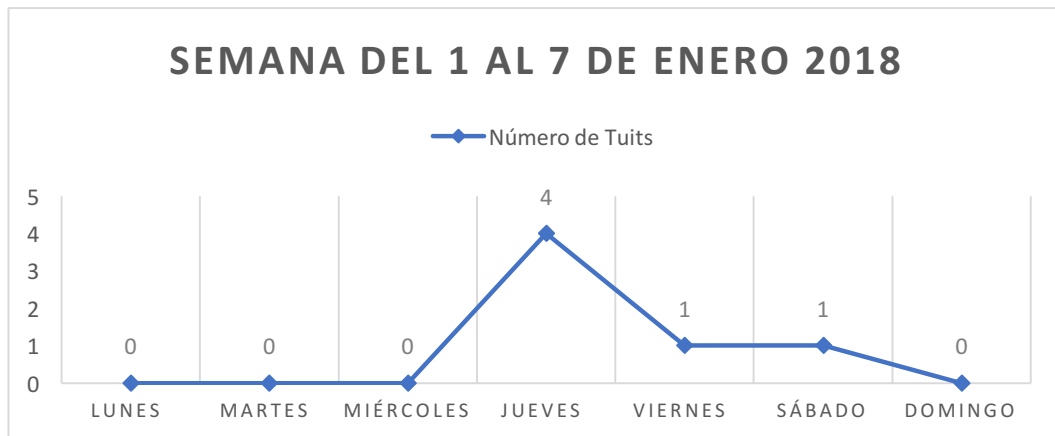
El 7 de agosto de 1992, el Congreso Nacional dictó el acuerdo por el que se declara al 5 de enero como el Día del Periodista ecuatoriano, reconociendo a Eugenio Espejo como uno de los máximos exponentes de la cultura latinoamericana (Gráfico N°5). Desde entonces este personaje es conmemorado y recordado en esta fecha, por los periodistas ecuatorianos, quienes celebran su profesión y afirman el compromiso con la sociedad de una información real y eficaz.

Este tuit de parte del presidente Moreno hacia los profesionales de la comunicación fue uno de los que menos interacción provocó en Twitter, no podemos hablar de que se debe a la importancia que se le da a este día, sino por el contrario de que no es un tema que cause polémica o que involucre a muchos ciudadanos.

Por tal motivo, fueron pocos los comentarios de los usuarios de esta red social con 396 comentarios, en muchos de los casos haciendo eco a la felicitación a los periodistas ecuatorianos, pero obtuvo un buen número de retuits con 1500, y aún con los me gusta llegando a obtener 1800 en esta publicación.

Primera semana de enero: tuits por día

Tabla 4: Análisis de la semana del 1 al 7 de enero 2018



Fuente: Twitter de Lenín Moreno

Elaborado por: Brian Cárdenas

En la tabla N°4 se observan que las publicaciones fueron nulas en los primeros días del mes de enero, esto se puede deber a factores como festividades y feriado por inicio de año, que fue del 1 al 3 de enero del 2018, además el 3 de enero el presidente sufrió un “accidente doméstico” en estos días el mandatario no realiza ningún tipo de publicación.

El jueves llega a ser el pico más alto de actividad en la cuenta, esto se debe a que la mayor parte de ciudadanos vuelve a sus actividades y se reanuda con normalidad los trabajos; en estas 4 publicaciones se incluyen los deseos de prosperidad y bendiciones publicaciones sociales que suelen ser comunes en estas fechas del año, así como un mensaje donde menciona la recuperación del “accidente doméstico” donde expresa que reanudará las actividades el 5 de enero del 2018.

Los días siguientes se mantienen bajas las publicaciones con un promedio de un tuit por día, llegando a tan solo 6 tuits en total para esta primera semana. Sin embargo, los tuits siguientes demuestran el enfoque político de la cuenta @Lenin y el objetivo principal de esta, mostrar su punto de vista del trabajo y labor del mandatario, así como decisiones y convenios que este desea transmitir a la comunidad. En esta instancia se puede apreciar que la red social Twitter permite seleccionar la información que se desea compartir, por lo que el mandatario se convierte en el emisor de la información en primer plano.

SEGUNDA SEMANA DE ENERO: 8 AL 14 DE ENERO DE 2018

El tuit más destacado: 11 de enero del 2018

Gráfico N° 6: Sí por mis hijos



Fuente: Twitter de Lenín Moreno

Sin duda alguna el cumplimiento de las obras por parte de las autoridades es una satisfacción para muchos ciudadanos, pues el dinero de todos está siendo invertido en mejorar la calidad de vida de los habitantes.

Parque Samanes nace del Proyecto “Guayaquil Ecológico” y cumple con el compromiso que tiene el Gobierno Nacional de garantizar la adecuación de espacios verdes y de sano entretenimiento para la ciudadanía, acorde con la filosofía del Buen Vivir (Gráfico N°6). Quizás por esto es el tuit que más se destaca en comentarios de esta semana.

Sin embargo, en cada obra existen detractores que no están de acuerdo con la infraestructura, el precio, y otros factores. Debido a que existen diferentes puntos de vista, esta publicación generó muchos comentarios, y esto se debe también a la importancia de este espacio para los ecuatorianos, “Parque Samanes será un parque predominante en Latinoamérica, y es comparado por la grandeza de su extensión con

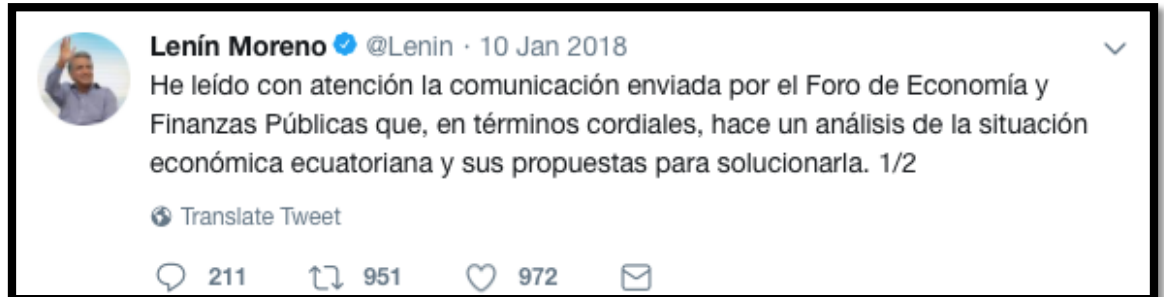
otros parques emblemáticos de América, como el Parque Chapultepec en México, Parque Simón Bolívar en Colombia y el Central Park en Estados Unidos”, dijo la Ministra del Ambiente de ese momento Lorena Tapia.

Informar este tipo de actividades en el Gobierno, a través de las redes sociales los hace mantener una relación directa con los ciudadanos y dejar saber que el presupuesto está siendo invertido en buenas obras.

Por tal razón este tuit obtuvo una buena interacción con 698 comentarios, 1.200 retuits, y 1500 me gustan, podemos acotar que una de las razones para que sea el destacado de esta semana es que contiene un video informativo aparte del texto.

El tuit menos destacado: 10 de enero del 2018

Gráfico N° 7: Foro de Economía y finanzas



Fuente: Twitter de Lenín Moreno

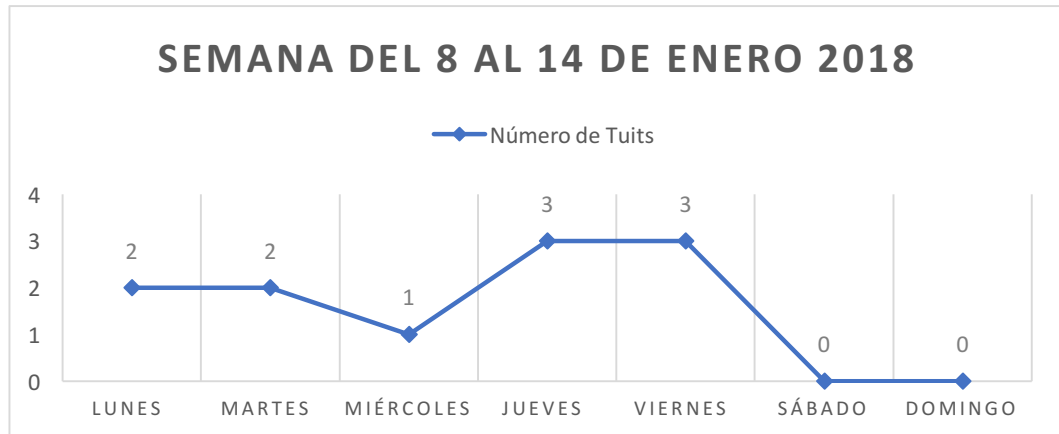
Por otra parte, el tuit menos comentado de la semana (Gráfico N°7) se reconoce que el afán de informar mediante las redes sociales por quienes están en el mandato, no se la hace sin ninguna intención de por medio, sino con el único fin de informar. La ciudadanía, los medios, y toda la sociedad, deben estar al tanto de todo lo que sucede en temas: políticos, sociales, culturales, entre otros.

En este caso, la principal intención podría ser que los ecuatorianos una vez conozcan la crisis económica en la que está envuelta, y que estén al tanto que el Estado está trabajando para poder mejorar la situación económica. Sin embargo, este tema para muchos ecuatorianos se ha vuelto incomodo de tratar, debido a que mucha información aún se desconoce y lo poco que se conoce es lo que el Gobierno quiere.

Los expertos en el tema y quienes conocen a fondo la situación económica del Ecuador están preparados para poder emitir un comentario u opinar sobre el tema, de tal manera este tuit que realizó el primer mandatario generó 211 comentarios que sigue siendo poco en referencia a otros temas tratados de la misma forma, 951 veces son las que re twittearon esta publicación, quienes hacen uso de esta red social también gustan de informar a través de sus cuentas datos importantes para los ciudadanos, y 972 me gustan fue lo que obtuvo este tuit.

Segunda semana enero: tuits por día

Tabla 5: Análisis de la semana del 8 al 14 de enero 2018



Fuente: Twitter de Lenín Moreno

Elaborado por: Brian Cárdenas

En esta segunda semana del año la actividad se incrementa, alcanzando 11 tuit por semana, prácticamente el doble de la anterior. Los días jueves y viernes son los de mayor actividad, repitiendo la constante de la actividad de la semana anterior, mientras que el fin de semana se presenta nulidad en el movimiento de la cuenta, como se puede observar en la tabla N°5.

Con respecto a los tuits vertidos en esta semana se debe considerar que los picos alto de publicaciones se debe en concreto a que el mandatario divide el contenido de información por mensajes, esto se debe a que la aplicación de Twitter no posee los caracteres suficientes para la transición del mensaje, sin embargo esto debe de ser considerado por los redactores, o dueños de la cuenta, y tomar en cuenta lo que desean postear, al dividir el mensaje en varias partes se pierde el impacto visual, y se pierde la idea a comunicar, se debe recordar que la aplicación Twitter es una aplicación interactiva, que bombardea al usuario de información y este usuario no va a regresar a buscar información que este incompleta, sino que la pasará por alto.

La interacción e incorporación de imágenes en lo tuits permite colocar información que posibilite dar a entender de mejor manera la información, otro recurso que se puede utilizar en la construcción de contenido en Twitter si se desea transmitir un mensaje más largo es la ayuda de links, que permiten re direccionar la información a un foro de conversación más amplio.

TERCERA SEMANA DE ENERO: 15 AL 21 DE ENERO DE 2018

El tuit más destacado: 19 de enero del 2018

Gráfico N° 8: Cumplimos con Manabí



Fuente: Twitter de Lenín Moreno

El tuit cuenta con 777 comentarios, 1200 retuits y 1500 me gusta, con estos datos forma parte de uno de los comentados destacados en el mes de enero del 2018 (Gráfico N°8), se puede deducir que el uso de imágenes y videos genera mayor interacción en los usuarios y aun cuando se trata de temas que involucren el bienestar en la salud de los ciudadanos.

La alegría, el descontento, la acogida, el desprecio, son factores que en la actualidad mediante las redes sociales se pueden percibir y a su vez se puede discutir. Cuando los ciudadanos están de acuerdo, sus opiniones a favor no pueden faltar en este tipo de publicaciones en la web, cuando existe inconformidad los comentarios expresan su malestar.

Temas de salud y sobre todo lo que respecta a obras cumplidas por parte del Estado son las que generan interacción, esto se debe a que el número de involucrados asciende y que los otros ciudadanos también comentan porque son obras que se realizan con dinero de todo el pueblo, la polémica se genera aun sabiendo que este dinero fue destinado con anticipación para la reconstrucción de Manabí.

El tuit menos destacado: 16 de enero del 2018

Gráfico N° 9: Cumplimos con Cuenca



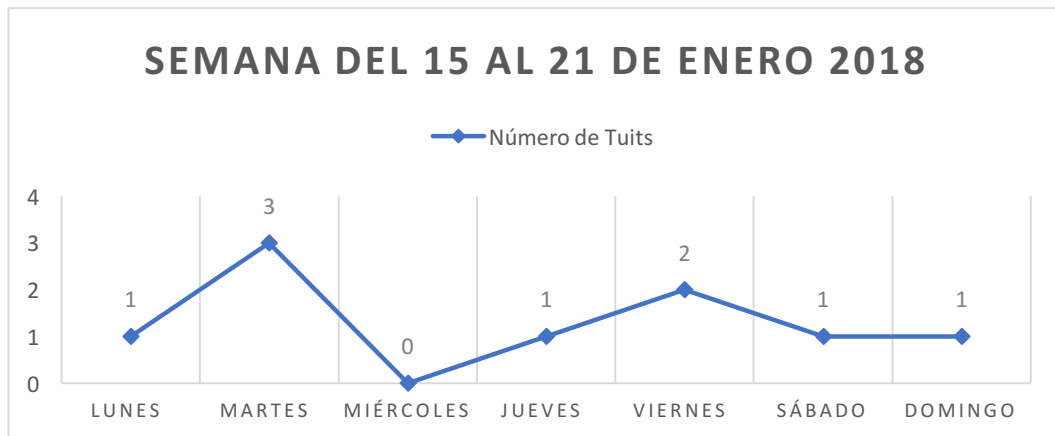
Fuente: Twitter de Lenín Moreno

Cuando se habla sobre una ciudad, cantón, parroquia en específico el nivel de interacción es bajo, puesto que los involucrados son menos a cuando se refiere a temas nacionales. Como sucede en esta publicación (Gráfico N°9) se trata específicamente de la ciudad de Cuenca (a pesar de ser una de las ciudades importantes del Ecuador) y lo que el Gobierno está realizando a favor del desarrollo de este lugar, es por esta razón que los habitantes de esta ciudad, son los indicados para hablar sobre el tema, conocen el beneficio que puede presentarles esta obra o su vez expresar la inconformidad que tienen sobre el tema.

Como se menciona en el proyecto con anterioridad, mientras se trate de temas en los que el Estado invierte el presupuesto con obras, la interacción y el interés se incrementan, reflejando en el número de retuits que tiene la publicación 1200, así como también el número de me gusta es considerable con 1400.

Tercera semana enero: tuits por día

Tabla 6: Análisis de la semana del 15 al 21 de enero 2018



Fuente: Twitter de Lenín Moreno

Elaborado por: Brian Cárdenas

La tabla N°6 demuestra que la cresta alta fue el día martes, en donde se presentan 3 tuits, seguido por el día viernes, manteniendo actividad casi constante en el resto de la semana, a excepción del día miércoles donde no se muestra nada. El número de tuits en esta semana es de 9.

En esta semana el martes fue el día que se destacó por actividad con respecto a las publicaciones, el primer domingo del mes en realizar una publicación es el 21 de enero, sin duda una variación en la constancia de publicaciones.

Entre las temáticas mencionadas por el presidente que se encuentran descritas en su red social es la visita a Cuenca, donde pretende impulsar la construcción del tranvía, también menciono a Esmeraldas y Manabí para la reconstrucción de estas ciudades, esto demuestra que las temáticas de las publicaciones en esta semana se centraron en la resolución y convenios municipales para la construcción de obras.

Se mencionó parte de la estrategia política ante la campaña vota todo Sí y se estableció una reunión con la prensa mostrando una apertura al dialogo, acontecimiento que según el mandatario se destacará en todo su periodo presidencial, sin embargo, todavía se presentan comentarios negativos ante el mandato presidencial.

CUARTA SEMANA DE ENERO: 22 AL 28 DE ENERO DE 2018

El tuit más destacado: 27 de enero del 2018

Gráfico N° 10: Vota todo Sí



Elaborado por: Brian Cárdenas

La consulta popular que se llevó a cabo el 4 de febrero del 2018, ha sido uno de los eventos que ha marcado el futuro del país y ha fraccionado rotundamente la política del Ecuador, debido a que por medio de las preguntas que se plantearon se tenía como objetivo derogar varios cambios que se habían realizado en el Gobierno anterior, y no fue lo que habían acordado quienes pertenecían al Gobierno cuando propusieron la candidatura del nuevo presidente.

Los cambios no antes acordados que el nuevo mandatario estaba realizando, dio como resultado que el partido político al que él pertenecía y representaba lo tacharan de “corrupto y traidor”, la política se dividió en aquellos que aún creían y defendían las ideologías del presidente saliente Correa, y de los que apoyaban al actual.

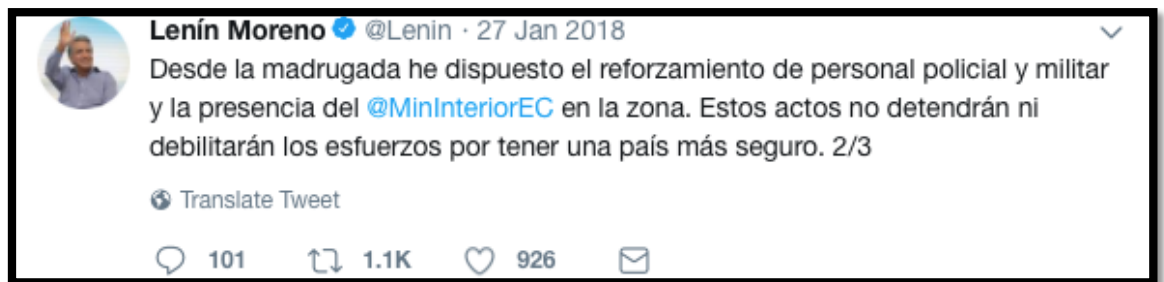
Las ideas de Correa en Gobernar un país por muchos años fueron una de las que Moreno, se opuso y por tal razón, la pregunta 2 tenía que ver si estamos o no de

acuerdo los ecuatorianos de que ya no exista la ley de reelección aprobada en el 2015, por lo que ésta pregunta fue una de las controversiales, y al hablar sobre el tema mediante las redes sociales, las reacciones en contra y a favor no podían faltar.

El tuit se convirtió en el comentado de la cuarta semana (Gráfico N°10), teniendo un número elevado de me gusta en la publicación con 2200, lo cual refleja que muchos de los usuarios no comentaban el tema precisamente por su nivel polémico, pero si estaban de acuerdo con lo que se decía en el mismo, la publicación cuenta con 1800, retuits y con 732 comentarios.

El tuit menos destacado: 27 de enero del 2018

Gráfico N° 11: Ministerio del Interior



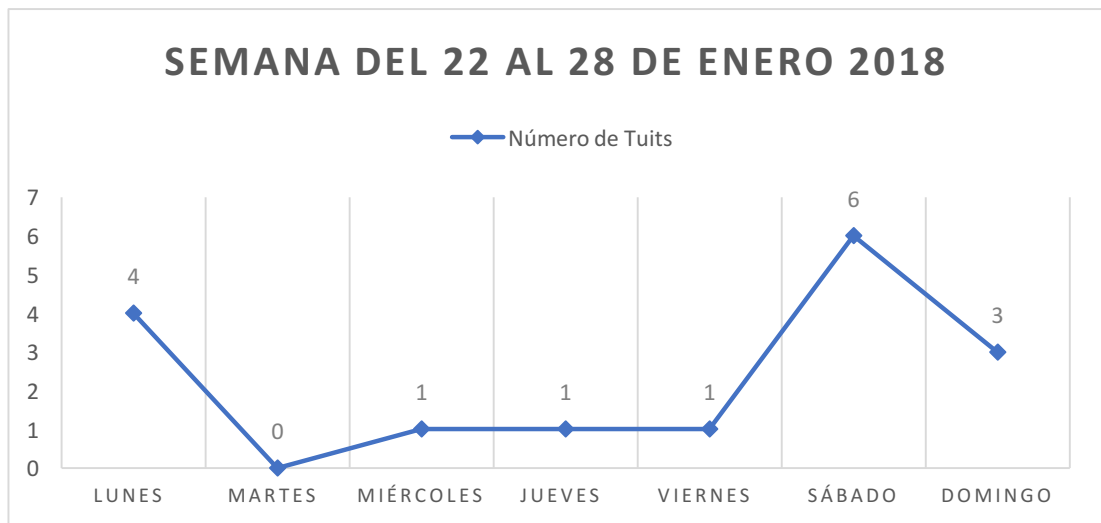
Fuente: Twitter de Lenín Moreno

Para el menos comentado de esta cuarta semana (Gráfico N°11), se analiza que dicho tuit carece de información, no se lo puede entender con apenas leerlo, se necesita estar pendiente de la primera y tercera parte del mismo, de esta manera poder informar el procedimiento que el presidente de los ecuatorianos solicitaba al personal policial y militar. Este tipo de mensajes que se los realiza por partes son las que menos interacción generan en Twitter, recordando que la red social permite 280 caracteres, pese a que este número fue modificado recientemente por Twitter, no se logra comunicar en un solo tuit, la información deseada.

La publicación cuenta con pocos comentarios, 101 específicamente, debido a que los usuarios no cuentan con la información detallada e individualmente estos mensajes no se entienden, como se menciona anteriormente se debe destacar que entre menos caracteres tenga el mensaje se podrá entender el mensaje sin perder la línea de información. Las otras interacciones que se puede realizar en Twitter como el retuits y me gusta, tuvieron acogida en la publicación, con 1100 retuits específicamente y 926 me gusta.

Cuarta semana enero: tuits por día

Tabla 7: Análisis de la semana del 22 al 28 de enero 2018



Fuente: Twitter de Lenín Moreno

Elaborado por: Brian Cárdenas

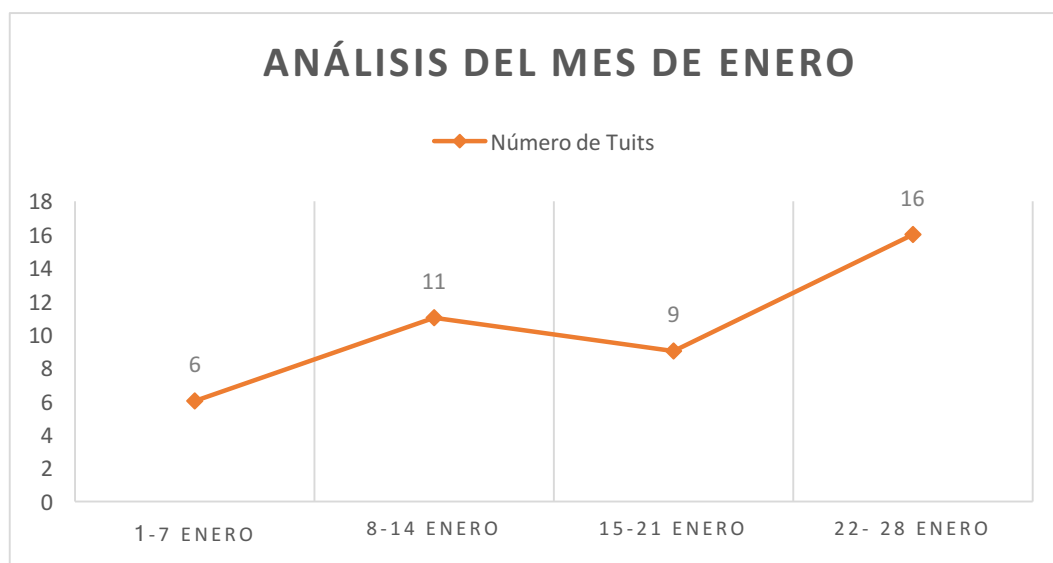
Seis tuits son la máxima registrada en esta semana (Tabla N°7), siendo como protagonista el día sábado con 6 tuits y la mínima el día martes con cero tuits, mientras que los otros días se mantienen con un promedio de dos tuits por día, logrando los 16 tuits en toda la semana.

En este mes la variación de publicaciones es en el fin de semana el sábado 27 de enero es el día con mayor cantidad de publicaciones del mes, sin embargo, una publicación se divide en tres mensajes como lo la noticia de San Lorenzo y la actitud del presidente hacia los policías heridos y el rechazo categóricamente a este acto terrorista, este tema genero tres publicaciones, por eso es evidente al aumento de publicaciones y esto convierte a la cuarta semana de enero la predominante en cuanto a mayor cantidad de publicaciones.

En esta semana se observa parte de la campaña política de Lenín Moreno con la propuesta casa para todos en donde se menciona la búsqueda de la vivienda y el bienestar de la familia, siendo una estrategia política para la campaña vota todo Sí.

ANÁLISIS DEL MES DE ENERO

Tabla 8: Análisis del mes de enero



Fuente: Twitter de Lenín Moreno

Elaborado por: Brian Cárdenas

Para la investigación se tomarán en cuenta las cuatro primeras semanas del año 2018, es decir hasta la semana del 28 de enero, haciendo referencia al primer mes. La primera semana que va del 1 al 7 es la de menor publicaciones de este mes (Tabla N°8), contando con 6 tuits, la segunda semana consta de 11 publicaciones, siendo esta la segunda con mayor número de publicaciones; la tercera semana tiene 9 tuits manteniendo consecución con la semana que antecede, mientras que la cuarta semana es la de mayor número de publicaciones, cuenta con 16 tuits, generando un promedio de 10,5 tuits por semana.

Lenín Moreno en su cuenta @Lenin cuenta con 586.000 seguidores, esta cifra se constató en el mes de enero, este personaje político se encuentra en la lucha de poder y de aceptación por el pueblo ecuatoriano sobre todo por la lucha anticorrupción y la ruptura del movimiento Alianza País. Como ejemplo de la posición dividida de los ecuatorianos ante este suceso se puede enfatizar que el mandatario no ha logrado sobrepasar a su antecesor Rafael Correa, el mismo que cuenta con 3,3 millones de seguidores, esto demuestra el poder de aceptación que puede dar las redes sociales. Lenin Moreno se ha limitado a comentar, no interactúa en exceso sino más bien sus comentarios son un aproximado de 1 comentario por día.

FEBRERO 2018

PRIMERA SEMANA DE FEBRERO: 29 DE ENERO AL 4 FEBRERO DE 2018

El tuit más destacado: 4 de febrero del 2018

Gráfico N° 12: Ecuador dijo Sí



Fuente: Twitter de Lenín Moreno

Mediante la consulta popular se pudo determinar el apoyo de la mayoría de los ecuatorianos a los cambios que se habían propuesto, fueron 7 preguntas divididas en dos secciones: preguntas del referéndum y preguntas de la consulta. En todas las preguntas triunfó el Sí, algunas con menos aceptación, pero finalmente la mayoría de los ciudadanos apoyaron al nuevo mandatario, para que continuara con sus propuestas de cambio (El Universo, Resultados de la consulta popular en Ecuador, 2018).

Estas reformas involucraban a varios sectores, por lo que esta consulta ocasionó que implicados se opusieran rotundamente a cambios en sus lugares de trabajo y que afectaba su desarrollo, de tal manera la consulta popular ocasionó controversia, muchos fueron los que se veían afectados, pero de igual manera muchos se beneficiarían. Era reciente lo que había sucedido en la política con el nuevo mandatario, al no seguir acuerdos que el gobierno saliente propuso, en sus años de mandato.

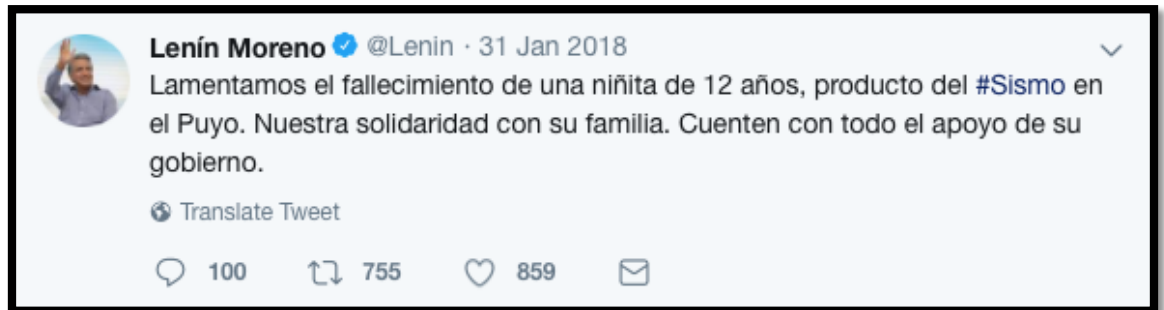
Estos fueron los tuits que generó un incremento de comentarios desde la cuenta del presidente Lenín Moreno en la primera semana de febrero del 2018, las redes sociales son un puente de acceso fácil mediante los ciudadanos pueden hacer que los

gobernantes escuchen su voz, y su criterio sobre situaciones que afecta al país. Para el sistema político en la actualidad el Twitter juega un papel preponderante, es mediante esta red social en donde se informa las actividades que se realizan a la ciudadanía, también se ha convertido en un medio para entablar debates, e incluso hacer denuncias y de esta manera dar a conocer a quienes manejan esta red de información.

Por tanto, las reacciones al tuit fueron notorias (Gráfico N°12), con 1300 comentarios, 7800 retuits convirtiéndose en el tuit replicado del mes de febrero y cuenta con 12000 me gusta, el número elevado en relación a retuits del mismo mes, incluso de los tres meses analizados en la presente investigación.

El tuit menos destacado: 31 de enero del 2018

Gráfico N° 13: Sismo en Puyo



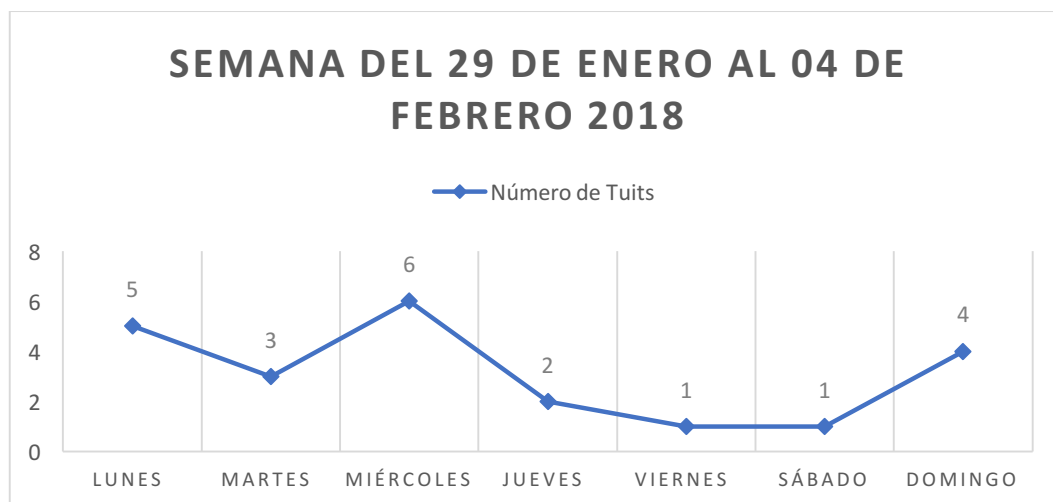
Fuente: Twitter de Lenín Moreno

La presente publicación (Gráfico N°13) tiene el menor número de comentarios dentro de la última semana del mes de enero, la cual se trata sobre un hecho lamentable ocurrido en una ciudad de la zona del Oriente del Ecuador, el presidente se hace presente a través de su cuenta ante esta situación. No sólo para brindar su apoyo como lo menciona, sino también a través de la publicación informar a los ciudadanos lo sucedido, y de manera implícita mediante este tipo de publicaciones, formar una idea colectiva del apoyo que él muestra y tiene por todos los ecuatorianos. Ante estos hechos pocos son los comentarios que se pueden emitir al respecto, debido a que se habla de un tema delicado, por lo que podemos concluir que el nivel de interacción en el presente tuit es bajo, debido a la información que el mismo proporciona.

No obstante, los retuits tienen un número alto con 755, de igual forma los me gusta con 859. Existen usuarios con estas dos interacciones que esta red social permite, lo que denota la importancia que le dan a la información y por ende al emisor de la misma. Los comentarios son pocos debido al tema delicado y la situación difícil por lo que no hay mucho que decir sobre el tema.

Primera semana de febrero: tuits por día

Tabla 9: Análisis del 29 de enero al 04 de febrero 2018



Fuente: Twitter de Lenín Moreno
Elaborado por: Brian Cárdenas

Esta semana cuenta con 22 tuits (Tabla N°9), teniendo altas y bajas durante la misma, el miércoles es el día que tuvo mayor publicación en línea, mientras que el día viernes y sábado son los que tienen menos tuits solo uno diario, teniendo un promedio de 3,1 tuits por día.

La semana empieza con el cierre de campaña en Guayaquileños, donde agradece a los ecuatorianos su voto de confianza y solidaridad voto, este suceso se repite en diferentes provincias, y concluye el 4 de febrero donde demuestra en redes sociales la victoria del Sí que según el mandatario es una nueva etapa de democracia y de enriquecimiento de la libertad de opinión, y el fin de la oligarquía.

En este punto inicia un proceso diferente en el mandato de Lenín Moreno, con la opinión a favor de la población ecuatoriana que según las estadísticas se ven reflejados en la ganancia del Sí, es decir en las urnas El mandatario impulsa al pueblo a formar y ser parte de un nuevo Ecuador a trabajar inmediatamente y de manera conjunta, es decir en la red social motiva al ciudadano a ser un ente participante de la construcción de un país diferente. En este punto la construcción de la opinión pública se fomenta a la aceptación de las reformas de leyes.

SEGUNDA SEMANA DE FEBRERO: 5 AL 11 DE FEBRERO DE 2018

El tuit más destacado: 7 de febrero del 2018

Gráfico N° 14: Voluntad soberana



Fuente: Twitter de Lenín Moreno

A pesar de que, a través de la consulta popular, el pueblo ecuatoriano ya decidió que ganará el Sí, en las 7 preguntas, opositores no aceptan los resultados, sobre todo por que lucharon para que ganará el NO en la pregunta tres que consistía en:

¿Está usted de acuerdo con enmendar la Constitución de la República del Ecuador para reestructurar el Consejo de Participación Ciudadana y Control Social, así como dar por terminado el periodo constitucional de sus actuales miembros y que el Consejo que asuma transitoriamente sus funciones tenga la potestad de evaluar el desempeño de las autoridades cuya designación le corresponde, pudiendo, de ser el caso, anticipar la terminación de sus periodos de acuerdo al Anexo 3? (Consejo Nacional Electoral, 2018)

Una vez que el Consejo Nacional Electoral anunciará los resultados de la consulta popular, ex miembros del Consejo de Participación Ciudadana y Control Social (CPCCS), presentaron una demanda ante la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH), argumentando que la consulta popular vulneraba sus derechos y de manera especial lo que estipulaba en la pregunta 3.

Debido a esta inconformidad con los resultados de la consulta popular, muchos ecuatorianos involucrados buscaron alternativas de invalidar esta decisión del pueblo, por tal motivo este tema causó controversia en las redes sociales, sobre todo después

de que el primer mandatario, se opusiera rotundamente aceptar que haya impunidad ante la decisión del pueblo mediante el proceso electoral que se llevó a cabo.

Por ende, esta información en la que el Presidente recalca la lucha que se mantiene para que se respete la decisión del pueblo, generó controversia y apoyo en las redes, con 1300 comentarios, 2900 retuits, y 2500 me gusta (Gráfico N°14).

El tuit menos destacado: 9 de febrero del 2018

Gráfico N° 15: Juegos Olímpicos



Fuente: Twitter de Lenín Moreno

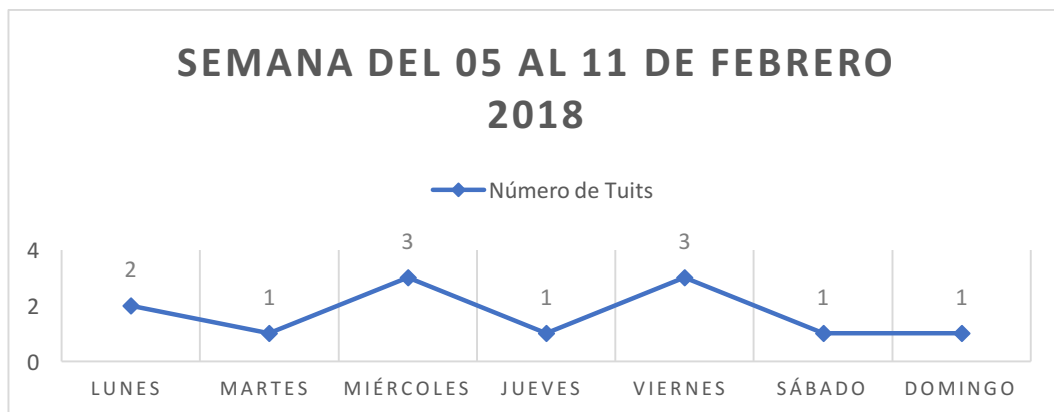
El número de me gusta de este tuit (Gráfico N°15) representa que, en esta red social, varios usuarios al leer información importante del Ecuador, ya sea en temas sociales, culturales, deportivos apoyan con esta interacción a sus compatriotas, sin embargo, no son temas que generen opinión en los mismos, debido a que esta publicación cuenta con apenas 123 comentarios lo que es poco en relación a otros tuits.

Podemos decir que se debe a que no es un tema controversial, y esto conlleva a que los usuarios no se sientan afectados ni emitan ningún comentario, de esta manera notamos que muchas veces las redes sociales son usadas para juzgar, criticar y estar atentos de lo negativo, no impulsar, motivar a los eventos y acontecimientos importantes que involucran al país.

En esta publicación se puede apreciar que Lenín moreno realiza un retuit de la cuenta de Andrea Sotomayor, se ve que el mandatario visualiza otras fuentes de información, si una noticia se destaca el mandatario la publica junto con un comentario que expresa su opinión.

Segunda semana de febrero: 2 tuits por día

Tabla 10: Análisis de la semana del 05 al 11 de febrero del 2018



Fuente: Twitter de Lenín Moreno

Elaborado por: Brian Cárdenas

Un promedio cercano a los 2 tuits por día es lo que ha logrado esta semana, 3 tuits son la máxima y 1 tuit es la mínima. Esta es una semana que muestra una equidad en los tuits, se ve que las entradas han sido constantes y que se ha comunicado todos los días de la semana a diferencia de días en los que no se han presentado publicaciones.

En esta semana se mantuvo un poco el protagonismo de la victoria del SÍ, sin embargo, se mencionaron otros temas que formaron parte de la construcción de la opinión pública, por ejemplo, el carnaval, y el feriado por estas mismas fechas que se enfatizan por el mandatario como una oportunidad de turismo provincial,

El Carnaval es uno de los festejos más alegres e integradores del país, según el mandatario se puede observar que cada año son más creativas las comparsas y motiva a la ciudadanía a participar en el feriado. Otro tema es cultural y se muestra en la colocación de información concerniente a fechas o celebraciones históricas, u homenajes como lo es el caso del cantautor Julio Jaramillo.

Sea cual sea el tema por el cual se crea la publicación esta cumple con el objetivo de informar, algunas publicaciones son de carácter sumamente político, otras de carácter social, y otras de ocio o fechas cívicas.

TERCERA SEMANA DE FEBRERO: 12 AL 18 DE FEBRERO DE 2018

El tuit más destacado: 15 de febrero del 2018

Gráfico N° 16: Encuentro Colombia Ecuador



Fuente: Twitter de Lenín Moreno

A pesar de ser un tema en la que se afirman y estrechan las relaciones políticas con el país vecino Colombia (Gráfico N°16), los comentarios de los ciudadanos son negativos, debido a que muchos consideran que estas acciones poco o nada favorece al país, y mientras que los ciudadanos reclaman las obras que hacen falta y mencionan que no se les da la importancia que se debería.

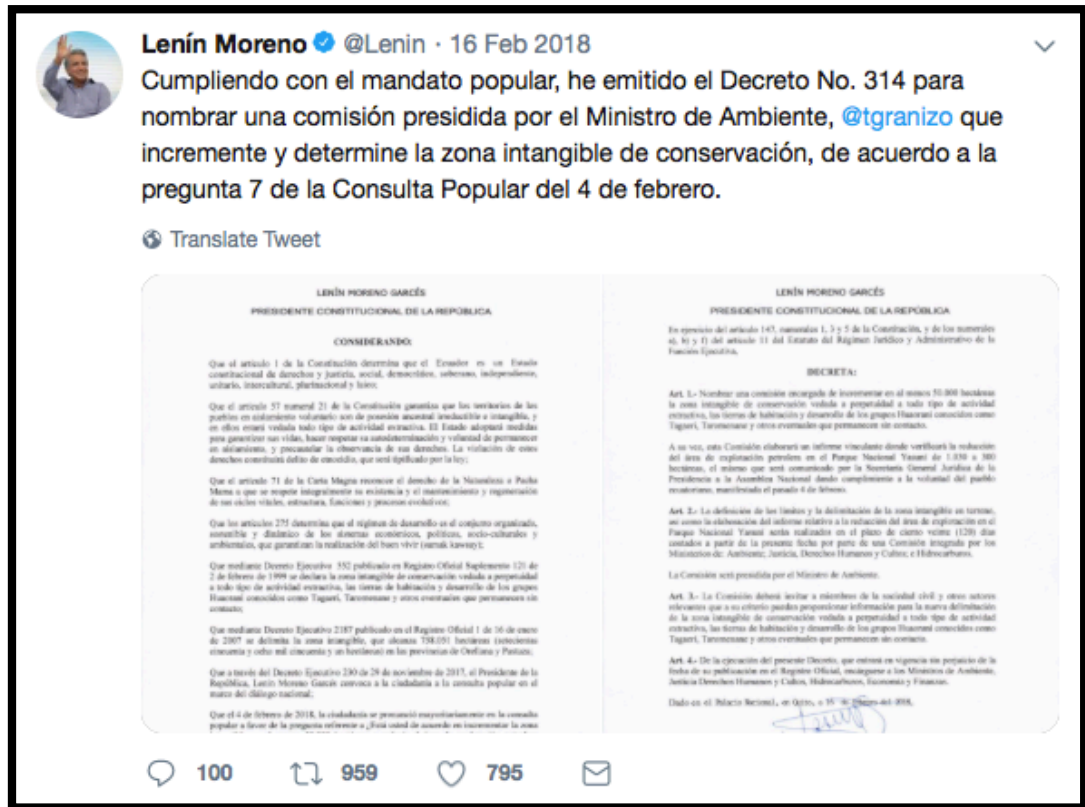
De los 318 comentarios que existen en la publicación, podemos decir que el 50% son en contra del mandatario, con argumentos pobres en información limitada a insultos y frases repetidas que se han implantado para Lenin Moreno como “traidor” y no existen razones del desacuerdo de otorgar delegaciones en Pereira.

Las acciones de retuits y me gusta, generan acogida, 1400 usuarios replican la información en sus cuentas, mientras 1800 aportan con un me gusta. El descontento a través de las redes sociales no podemos determinarlo únicamente considerar los comentarios, sino también prestando atención en las interacciones que la red social Twitter facilita como son los: retuits y los likes, éstos determinan el nivel de aceptación de la publicación.

Hay una división notoria en los ciudadanos que no está de acuerdo con las acciones que realiza el mandatario, y se refleja en los comentarios, pero también hay quienes lo respaldan y se lo puede verificar con las otras interacciones en el tuit.

El tuit menos destacado: 16 de febrero del 2018

Gráfico N° 17: Ministro del Ambiente



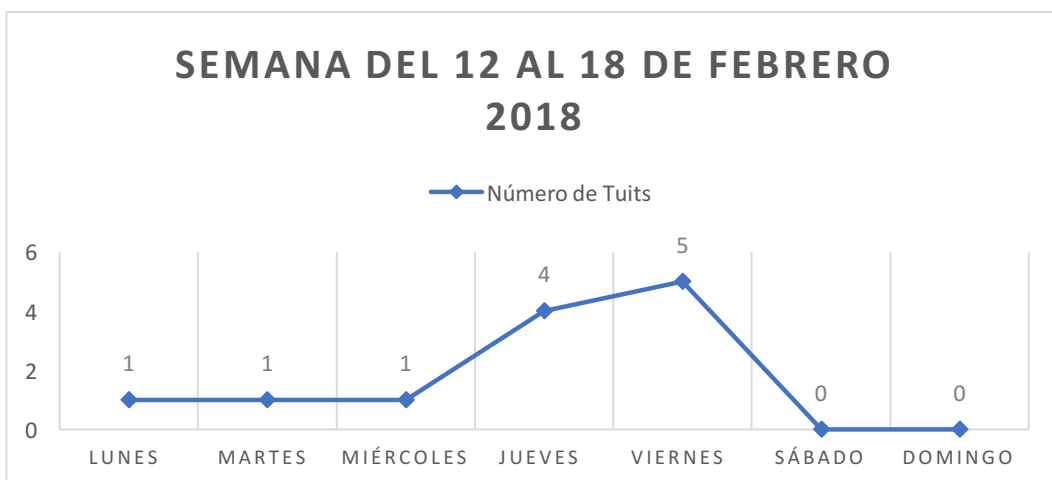
Fuente: Twitter de Lenín Moreno

De los 100 comentarios en el presente tuit (Gráfico N°17), 15 son los que respaldan las acciones del Gobierno y muestran la simpatía con el Presidente, mientras que los restantes lo atacan acotando que no se ha hecho las cosas que se prometieron en campaña y existen situaciones importantes que el país atraviesa y que necesita del trabajo y la atención de su parte.

Al ser un tema que se trató con anterioridad, volver a hablar sobre el mismo, no tiene la equivalente acogida, se puede acotar que ha esto se debe el bajo nivel de interacción de esta publicación. También se debe al contenido de este tuit que se refiere a los cambios que se tomaron una vez que el Sí ganó en la consulta popular, en la que los ecuatorianos estuvieron de acuerdo en que la extracción en el Yasuní sea limitada. Este tipo de publicaciones no generan mayor reacción en las redes sociales.

Tercera semana febrero: tuits por día

Tabla 11: Análisis de la semana del 12 al 18 de febrero 2018



Fuente: Twitter de Lenín Moreno

Elaborado por: Brian Cárdenas

Los tres primeros días de esta semana se mantienen con un tuit cada uno y el día viernes figura como el twitteado, mientras que el fin de semana tuvieron nulidad de publicaciones.

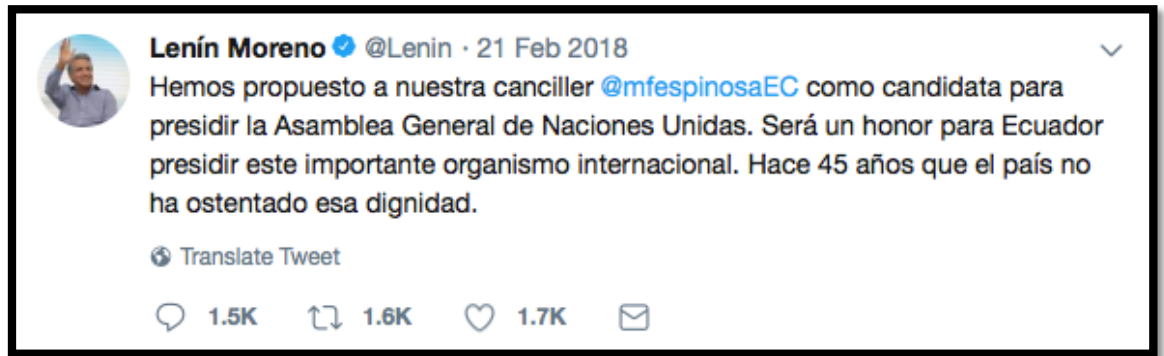
El viernes 16 de febrero se observan 5 publicaciones entre las que se menciona a México y el nivel del sismo que afectó gravemente este país, se menciona el deseo de ayudar y colaborar con los moradores mexicanos. También se realizaron reuniones en Colombia, en este lugar se buscó incorporar al gabinete nacional en búsqueda de convenios con el vecino país.

En Estados Unidos se estableció las preferencias arancelarias que brinda Ecuador estos índices arancelarios se mantendrán hasta el 2020, Estas actividades demuestran que el presidente destaca las alianzas que se forman internacionalmente, y estas las comenta en su red social, aunque la gente critica los viajes, y lo acusan de usar el avión presidencial juzgado anterior mente por el ex presidente Rafael Correa .

CUARTA SEMANA DE FEBRERO: 19 AL 25 DE FEBRERO DE 2018

El tuit más destacado: 21 de febrero del 2018

Gráfico N° 18: Asamblea General de Naciones Unidas



Fuente: Twitter de Lenín Moreno

Este tuit generó discusión (Gráfico N°18), debido a que Lenín Moreno dentro de su campaña para asumir la presidencia prometió eliminar la corrupción, pero como candidata para presidir la Asamblea General de Naciones Unidas propone a una persona que estuvo involucrada en el anterior Gobierno, que tanto juzga. Por tanto, la mayoría de comentarios son en contra del mandatario, acotando que no se ven cambios positivos, sino por el contrario se sigue metiendo a ex mandatarios.

El número de retuits y me gusta de la publicación reflejan que a pesar de ser un acontecimiento que no agrada a los ciudadanos, lo comparten para que otros se enteren y sea una noticia difundida. Este tuit cuenta con 1600 retuits y 1700 me gusta, que a pesar de ser una publicación que genera una opinión pública negativa que se expresa a través de los comentarios, también existen quienes lo apoyan con las otras dos interacciones.

Al ser la primera vez en 45 años que una mujer representaría en esta dignidad al país, se ve la aceptación a través de los me gusta, pues el tema de inclusión de las mujeres, genera empatía tanto en hombres aún más en mujeres que luchan y defienden la igualdad de derechos y condiciones.

El tuit menos destacado: 19 de febrero del 2018

Gráfico N° 19: Consejo de Participación Ciudadana



Fuente: Twitter de Lenín Moreno

El presente tuit (Gráfico N°19) no se lo puede entender sin antes haber visto la primera parte, no cumple con su objetivo de informar, simplemente son nombres para quienes lo miren individualmente. Este tipo de mensajes difundidos a través de las redes sociales son participes de menos comentarios, debido a que los usuarios que quieran emitir un comentario pueden hacerla en cualquier parte del mensaje, se fraccionan los comentarios y las demás interacciones.

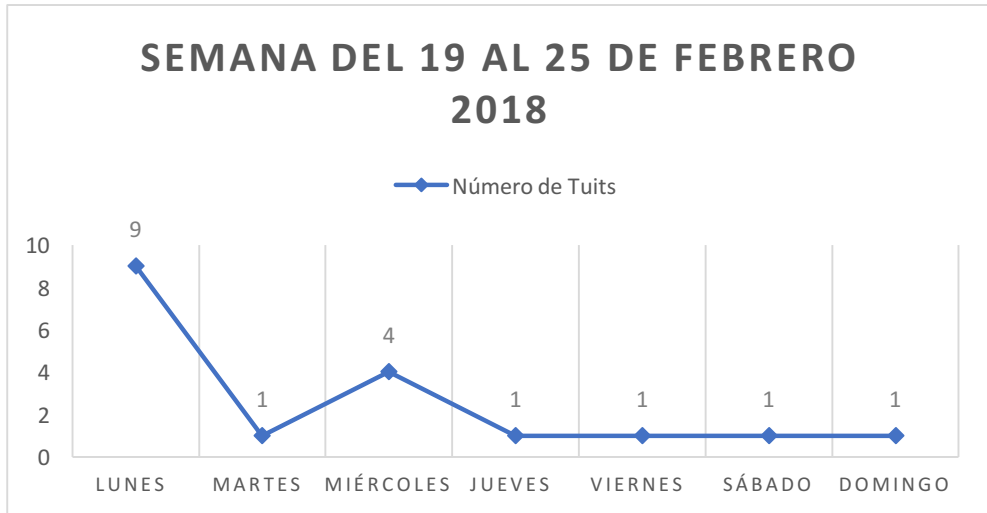
Para poder entender de qué se trata la lista de nombres de este tuit, debemos acudir a las otras partes del mismo, sobre todo a la primera parte, a menos que se sepa sobre la situación que está pasando, como precedente en el país se estaba buscando un reemplazo para el Consejo de Participación Ciudadana y Control Social Transitorio.

El bajo nivel de comentarios en esta publicación, también puede estar relacionado con el nivel de popularidad que tengan las personas que están nombrados en la sexta terna o que quienes estén a favor o en contra ya hicieron sus comentarios en cualquier otra parte del mensaje.

Este mensaje fue dividido en 7 partes, y para este tipo de interacción que se genera en redes, está fraccionado. El número de retuits asciende un poco con 712 mientras que tiene 464 me gusta.

Cuarta semana febrero: tuits por día

Tabla 12: Análisis de la semana del 19 al 25 de febrero del 2018



Fuente: Twitter de Lenín Moreno

Elaborado por: Brian Cárdenas

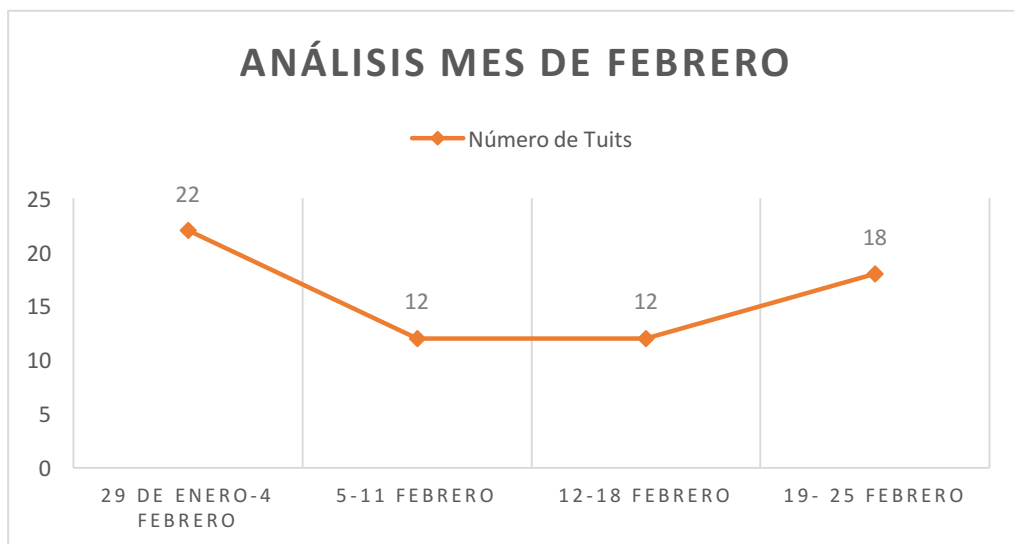
Esta semana se destaca por su número concentrado de tuits en el día lunes (Tabla N°12), llegando a 9, pero hay que mencionar que ese número llega porque se presentaron las ternas para el Consejo de Participación Ciudadana y 7 tuits pertenecen a esta información, estos siete tuits se limitan a una lista de nombres que el presidente expresa de forma seguida dividiendo la información con títulos como “segunda terna”, se repite de manera contundente el error de transmitir la información de forma sectorizada-

Después de unos días se nombra a María Frenada Espinosa para presidir la Asamblea General de Naciones Unidas con este tema se termina la transmisión de información política.

Los 4 últimos días de la semana se mantienen con un índice bajo de tuits, uno por cada día. La cifra de tuits logra 22 en total. Entre los temas que el mandatario colocó información después de la controversial lista de ternas para el Consejo de Participación Ciudadana, fueron solo mensajes correspondientes a natalicios como el de Eugenio espejo, se mencionó algunas fechas históricas como el día del médico ecuatoriano, y el homenaje a la música nacional.

ANÁLISIS DEL MES DE FEBRERO

Tabla 13: Análisis del mes de febrero



Fuente: Twitter de Lenín Moreno

Elaborado por: Brian Cárdenas

La información presentada en la tabla N°13 representa las cuatro segundas semanas del año 2018, que fueron tomadas en cuenta para esta investigación, figurando en el mes de febrero dentro de la primera semana los tres últimos días de enero y los cuatro primeros días de febrero (29, 30, 31 de enero) esto se consideró para realizar un análisis semanal, sin sectorización mensual, y poder determinar la cantidad de mensajes vertidos por semana.

Como resultado se han obtenido 21 tuits siendo esta la semana de febrero de mayores publicaciones hasta el momento. La segunda y tercera semana van prácticamente a la par con 12 publicaciones correspondientemente, mientras que la última semana de este mes tiene 18 tuits, generando así un promedio cercano los 16 tuits por semana, lo cual es superior al mes de enero.

Se aprecia que se pueden realizar comentarios en los tuits, aunque no se siga la cuenta de Twitter de la persona que publicó la noticia, es decir que cualquier persona puede mencionar su opinión, mostrando de manera más amplia la opinión pública, esta puede ser una desventaja pues muchos comentarios no contienen opinión sino más bien se convierten en burlas y comentarios ofensivos.

MARZO 2018

PRIMERA SEMANA DE MARZO: 26 DE FEBRERO AL 4 DE MARZO DE 2018

El tuit más destacado: 26 de febrero del 2018

Gráfico N° 20: Fiscal general



Fuente: Twitter de Lenín Moreno

El Fiscal General del Estado de ese momento Carlos Baca Mancheno, sacó a relucir unos audios en los que involucraba al ex presidente de la Asamblea José Serrano y Carlos Polit, en su contra, dando a relucir la clase de personas que estaban entre nuestras autoridades, y de manera especial como haciendo uso de sus cargos, abusan del poder. El pronunciamiento del presidente fue inmediato, a través de Twitter, el contenido de esta publicación (Gráfico N°20), es lo que causa controversia en los comentarios, debido a que Moreno desde hace mucho tiempo habla de una cirugía contra la corrupción y los ciudadanos acotan que no está trabajando en pro del pueblo ecuatoriano.

1400 comentarios de los cuales los negativos son los que predominan, no sólo con comentarios acerca del tema, sino bien expresan la inconformidad con su gobierno. De una u otra forma la publicación de Lenin Moreno, da a entender que se tomará cartas en el asunto, por lo cual tiene una aceptación con respecto a los me gusta con 3800.

El tuit que se destacó por menor número de comentarios es el del 27 de febrero del 2018

Gráfico N° 21: Reunión con Luis Carranza



Fuente: Twitter de Lenín Moreno

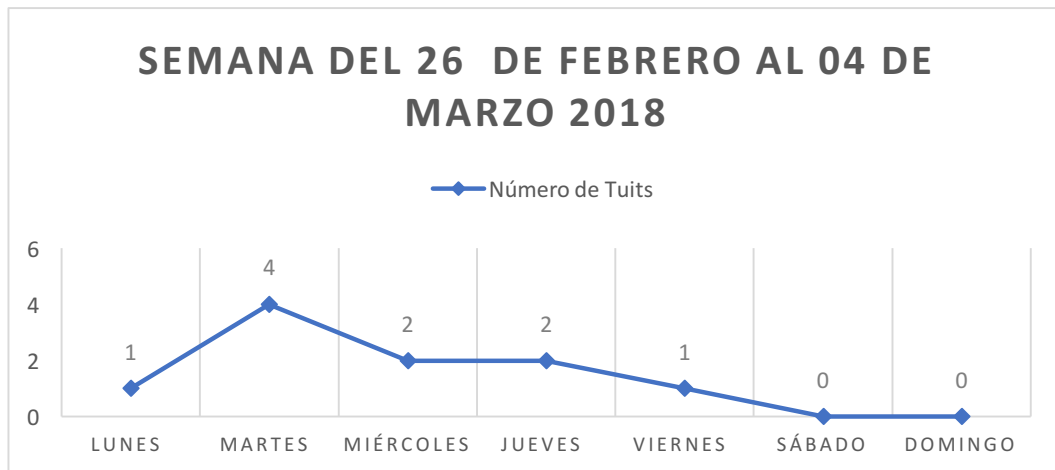
Este tema (Gráfico N°21) causa mucha relevancia en los seguidores de la cuenta de Lenin Moreno, y revisando los pocos comentarios que tiene la publicación es que podemos notar que los temas que se reclaman son diversos y no tienen colación con la publicación en sí.

El tema en general de la publicación nos hace referencia a los posibles créditos que se puedan generar con el fin de atender la desnutrición infantil; no se está mencionando de un crédito en específico, por tanto, se tiene 162 comentarios en esta publicación.

Pero algunos ciudadanos acotan que no se deberían generar deudas para el país, tal vez por la falta de precisión en el mensaje, sin embargo, el número de retuits con 797 reflejan un poco de acogida, de igual manera con los 790 me gusta.

Primera semana de marzo: tuits por día

Tabla 14: Análisis de la semana del 26 al 04 de marzo del 2018



Fuente: Twitter de Lenín Moreno

Elaborado por: Brian Cárdenas

La máxima de tuits por esta semana son 4 el día martes, mientras que las mínimas son ceros los días sábado y domingo, como ya se ha presenciado en anteriores semanas; logrando así un promedio de 2 tuits por día.

Entre los temas que se mencionan en esta semana se destacan las labores vinculadas con lo social como lo es el día de cero discriminaciones, enfatizando temas de igualdad tanto de oportunidades laborales como de igualdad de género mencionando algún os programas culturales como el de: “Humanas: Mujeres en el Arte Ecuatoriano”. Grandes artistas del siglo XX, enfatizando el ocho de marzo.

Continuando con este tipo de mensajes de carácter social se hace un saludo al día del policía nacional que cumplía 80 años de aniversario con respecto a la formación integral en el Ecuador, También se enfatizó al turismo ecuatoriano sobre todo los aspectos naturales como la fauna y la flora que destacan los paisajes del pis.

En temas de política se agradece a la Asamblea Nacional por haber seleccionado a principales del Consejo de Participación Ciudadana y las reuniones con el Subsecretario de Asuntos Políticos de EE. UU para la generación de convenios que promueven lasos de amistad entre los dos países.

SEGUNDA SEMANA DE MARZO: 5 AL 11 DE MARZO DE 2018

El tuit más destacado: 11 de marzo del 2018

Gráfico N° 22: Aterrizaje en Antofagasta



Fuente: Twitter de Lenín Moreno

Para la décima semana que se ha tomado para análisis, un tuit que no tiene que ver con información relevante (Gráfico N°22), pero que a pesar de eso ha sido el comentado en esta semana. La mayoría de los comentarios son críticas en contra, pues el presidente Lenin Moreno tildó la administración anterior por la compra del avión presidencial y se mantiene en uso del mismo.

La controversia que se genera con ese precedente es quizás el porqué del número de comentarios en este tuit, llegando así a 788 comentarios, 1300 retuits y a los 1900 me gusta, hay que tomar en cuenta que el número de retuits y me gusta es mayor a los comentarios y estas dos opciones reflejan en su mayoría el acuerdo al contenido que tiene ésta publicación.

Mediante el presente análisis de los tuits anteriores y este en particular, podemos notar un factor repetitivo, y es que la mayoría de los comentarios en las publicaciones que realiza el presidente son negativos, en muchas ocasiones no se refieren al tema, sino son insultos, pero el número de me gusta asciende a la cantidad de comentarios, y esta reacción refleja la simpatía que los usuarios tienen con el emisor del mensaje o a su vez con el contenido del mismo.

Por tanto, no podríamos hablar de que el primer mandatario no cuenta con apoyo, sino que existe un gran número de ciudadanos que están en su contra, pero también hay un número grande de simpatizantes, al menos en la red social.

El tuit menos destacado: 6 de marzo del 2018

Gráfico N° 23: Gabriel García Márquez



Fuente: Twitter de Lenín Moreno

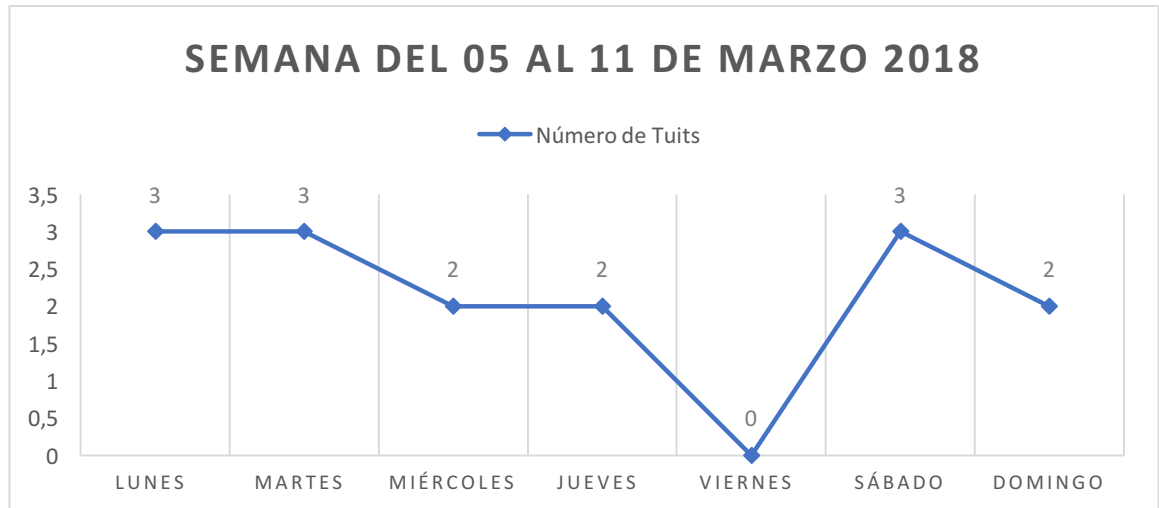
El tema que se trata en el siguiente tuit Gráfico N°23) es de carácter histórico y lo que se mueve dentro de esta red social como es el Twitter, es la actualidad, la primicia, es por eso que se deduce los pocos comentarios, mismos que en su mayoría son agraviantes, alegando que se debe trabajar por el país e informar sobre el mismo.

A pesar de que las redes sociales en la actualidad son para informar sobre asuntos: políticos, económicos, sociales, culturales, entre otros, que se lo realice desde una cuenta de los Gobernantes no es tomado de buena manera por parte de los ciudadanos, podemos decir que estamos acostumbrados a que los políticos sólo hablen de los mismos temas. Pero lo cierto es que no se debe restar importancia a la parte social, sobretodo cultural de un país.

A través de este análisis en los tuits por parte del Presidente del Ecuador, he podido constatar el bajo nivel de aceptación que los temas culturales, históricos generan en las redes sociales, como se refleja en el presente tuit que cuenta con 92 comentarios, 812 retuits y 838 me gusta.

Segunda semana de marzo: tuits por día

Tabla 15: Análisis de la semana del 5 al 11 de marzo del 2018



Fuente: Twitter de Lenín Moreno

Elaborado por: Brian Cárdenas

La máxima de tuits por esta semana son 3 el día (lunes martes y sábado) mientras que las mínimas son cero correspondiente al día viernes donde no se presentaron publicaciones. En este mes se recopiló un total de 15 tuits.

En este mes se enfatizaron los trabajos de carácter social, lo que caracterizaba al mandatario en el anterior periodo presidencial como vicepresidente de la república. Uno de los temas que se repitió del 5 al 9 de marzo es la lucha de las mujeres por la reivindicación de sus derechos, y como estas han influenciado en grandes artistas del siglo XX.

Esta temática se centra en la celebración del día de la mujer del 8 de marzo, así como lo búsqueda de equidad de los grupos más vulnerables que el presidente siempre ha buscado, por tanto, se puede ver una constancia en las publicaciones y sus temáticas.

TERCERA SEMANA DE MARZO: 12 AL 18 DE MARZO DE 2018

El tuit más destacado: 14 de marzo del 2018

Gráfico N° 24: Asamblea Nacional



Fuente: Twitter de Lenín Moreno

Un hecho sobresaliente dentro de la política ecuatoriana es la posesión de una nueva Presidenta de la Asamblea Nacional, lo controversial del tema se define en cómo fue elegida esa presidencia, pues según la Constitución debía asumir la primera Vicepresidenta de la Asamblea, pero se irrumpió.

Debido a esta razón la mayoría de comentarios son negativos en la publicación, que tiene 574 específicamente, en la cual los ciudadanos cuestionan por qué no se sigue el procedimiento que establece la Constitución, y su sobretodo es cuestionado la Sra. Cabezas fue partidaria del anterior Gobierno al que el presidente tanto cuestionó y sobretodo aseguró a la ciudadanía de que en la política del Ecuador habría lo que él llamó “una cirugía mayor”, pero hasta el momento esto ha quedado solo en propuestas.

Este tipo de publicaciones (Gráfico N°24) generan impacto en las redes, no sólo por el contenido del mensaje, sino también partidarios del actual gobierno aprovechan para mostrar su simpatía a través de las publicaciones del primer mandatario, a través de los me gusta, el presente tuit cuenta con 1200 me gusta. Los retuits pueden ser considerados como algo positivo o negativo, y esto se debe a que muchos de los usuarios que comparten la publicación en sus cuentas personales, no precisamente están de acuerdo con el contenido, sino que lo comparten que los ciudadanos conozcan esta información, y por otra parte se puede considerar que un número de personas lo hacen en señal de apoyo al presidente y por el contenido de la publicación.

El tuit menos destacado: 13 de marzo del 2018

Gráfico N° 25: Programa de Alfabetización



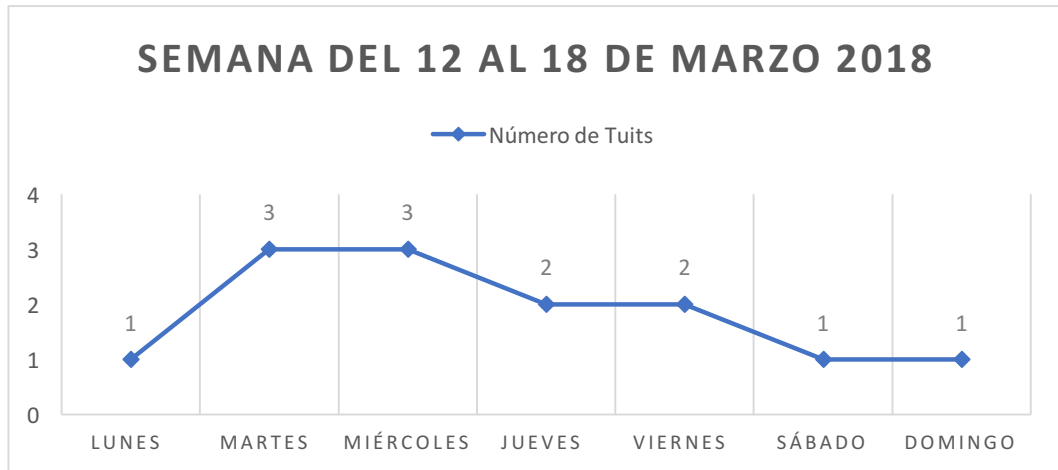
Fuente: Twitter de Lenín Moreno

Entre los tuits menos comentados está el presente en el gráfico N°22 que a pesar de que la publicación cuenta con menos comentarios de esta semana, 227 particularmente, el número de retuits y me gusta es bastante considerable incluso asciende al tuits más comentado de la octava semana de análisis; el contenido de la publicación debería generar un impacto positivo en la red social, es decir que los comentarios sean buenos y que sustenten y apoyen la iniciativa, sin embargo en este tuit también existen comentarios negativos hacia el presidente y su gestión.

Los 1200 retuits junto con 1300 me gusta, destacan la importancia de esta información, y refleja también que a pesar de que muchos de los usuarios se abstengan en emitir su opinión al respecto, siguen este tipo de publicaciones y lo hacen a través de un me gusta o copiándolo en sus cuentas la publicación.

Tercera semana de marzo: tuits por día

Tabla 16: Análisis de la semana del 12 al 18 de marzo del 2018



Fuente: Twitter de Lenín Moreno

Elaborado por: Brian Cárdenas

Con respecto a los resultados finales de esta semana se puede constatar una estabilidad en los comentarios teniendo al 13 y 14 de marzo (martes, miércoles) los días que más se comentaron con 3 tuits por día. En esta semana se recopiló un total de 14 tuits por semana.

La información vertida en esta red social, en esta semana se clasificó en tres grupos, entre los tuits de la semana el primer grupo se enfocó en las elecciones en Chile en el cambio presidencial donde Sebastián Piñera presidente electo resultó ganador, y se realizó una visita al país.

El segundo grupo de tuits se mencionaron temas de interés social, desde la muerte de Stephen Hawking que fue un ejemplo de superación ante la discapacidad, se mencionó a su vez el Plan de Alto rendimiento para cumplir con los deportistas, así como el plan ser bachiller. Así como las visitas a Manta, Santa Elena para dinamizar la reconstrucción de estas zonas.

El último grupo se basó en política correspondiente al país en cuanto al gabinete Social y los cambios en la Asamblea Nacional, y la responsabilidad otorgada a Elizabeth Cabezas para la reinstitucionalización del estado.

CUARTA SEMANA DE MARZO: DEL 19 AL 25 DE MARZO DE 2018

El tuit más destacado: 20 de marzo del 2018

Gráfico N° 26: Mantaje Esmeraldas



Fuente: Twitter de Lenín Moreno

El 20 de marzo del 2018 se produjo una emboscada a militares ecuatorianos, como lo relato Diario el Universo “Tres infantes de marina fallecieron este martes por la detonación de un artefacto explosivo colocado en una carretera donde se realizaban operativos militares en Esmeraldas, confirmó un comunicado el gobierno del Ecuador”.(el universo) La noticia se hizo eco en medios de comunicación del país y con la inmediatez que caracteriza a las redes sociales, lo sucedido en la zona Costa de Ecuador, ya se conocía.

El primer mandatario quiso hacerse presente a través de su cuenta de Twitter ante esta situación (Gráfico N°26), por lo que generó una interacción aún mayor debido al contenido de la publicación y que ya venía de una cuenta oficial, a pesar de esto, los comentarios negativos en Twitter ante las publicaciones del mandatario, no faltaron.

Muchos ciudadanos expresaron su consternación ante lo sucedido, así mismo pedían que se tome cartas en el asunto y que no se puede llamar “acto violento” a este tipo de acontecimientos que acabaron con la vida de militares del Ecuador, las ciudadanías piden que se investigue y que se le dé la importancia que el tema amerita, que no sólo se enfoque en informar a la ciudadanía sobre el tema. Por el peso de su contenido este tuit fue el más comentado, opiniones variadas de los que se mostraban consternados y de los ciudadanos que pedían acciones, el número de retuits y me gustan obtuvieron el mismo número en esta publicación alcanzando los 1800.

El tuit menos destacado: 21 de marzo del 2018

Gráfico N° 27: Día Mundial del síndrome de Down



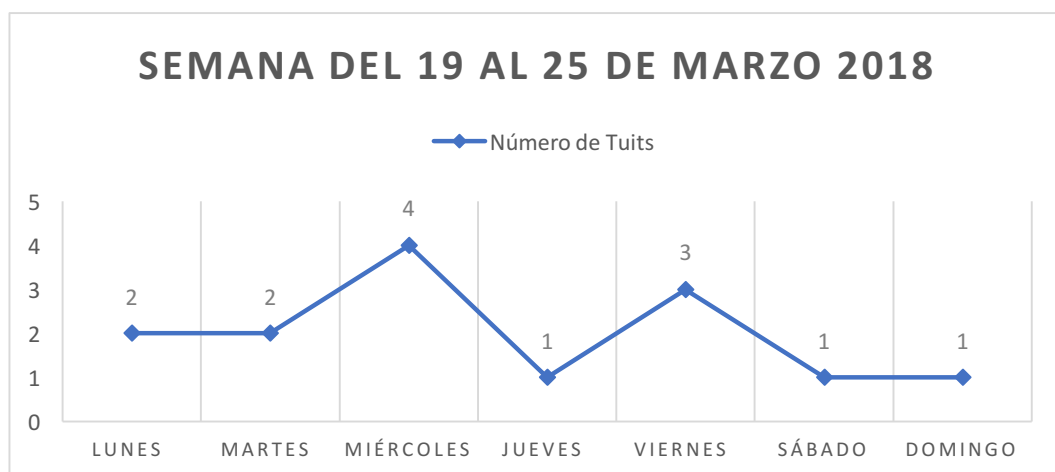
Fuente: Twitter de Lenín Moreno

El día mundial del síndrome de Down fue proclamado por la Naciones Unidas el 21 de marzo del 2011, el objetivo principal es generar una mayor conciencia pública sobre la cuestión y recordar la dignidad inherente, la valía y las valiosas contribuciones de las personas con discapacidad intelectual como promotores del bienestar y de la diversidad de sus comunidades. Asimismo, se quiere resaltar la importancia de su autonomía e independencia individual, en particular la libertad de tomar sus propias decisiones.

Según el estudio desarrollado por la “Misión Manuela Espejo”, en Ecuador, existen 7.457 personas con síndrome de Down, y su inclusión en la sociedad juega un papel importante, no sólo para sus familiares, sino también para toda la sociedad, que el Gobierno ecuatoriano se manifieste sobre el tema (Gráfico N°27) generó reacción en los usuarios de Twitter al ver la publicación, 201 comentarios lo ubica en el más bajo en cuanto a opiniones de los ciudadanos, pero el número de retuits y me gusta asciende, como se había mencionado porque es importante la inclusión y que se tome en cuenta estos días con 1900 retuits y 2100 me gusta.

Cuarta semana de marzo: tuits por día

Tabla 17: Análisis de la semana del 19 al 25 de enero 2018



Fuente: Twitter de Lenín Moreno

Elaborado por: Brian Cárdenas

En el análisis de Tuits, del miércoles 21 de marzo se convierte en el día con más tuits de la semana mientras que el jueves y sábado los días que solo tienen una publicación lo que corresponde al día menos publicado. El lunes y martes mantienen una constancia en las publicaciones siendo de dos tuits por día.

En esta semana se obtuvo un total de 14 tuits por semana. Entre las temáticas en esta semana se mencionó los cambios con respecto a la transmisión de información y la transparencia de información con respecto a temas de informes económicos que corresponden a la situación del IESS, y la eliminación del SENAIN. Para Lenín Moreno la idea de “combatir la corrupción” haciendo publica la información a la nación, esto se hace cada vez más ferviente al busca transmitir ese concepto a los seguidores de su cuenta, así como personas que no son sus seguidores.

En esta semana se llevaron acaba acciones de gabinete social como la firma de la renovación del sistema generalizado por Donald Trump, así como propuestas de trabajo con respecto al incremento de empleo, también se socializo con el presidente de Colombia Juan Manuel Santos políticas de protección de las fronteras ante la lucha del terrorismo.

QUINTA SEMANA DE MARZO: 26 AL 31 DE MARZO DE 2018

El tuit más destacado: 26 de marzo del 2018

Gráfico N° 28: El presidente informa



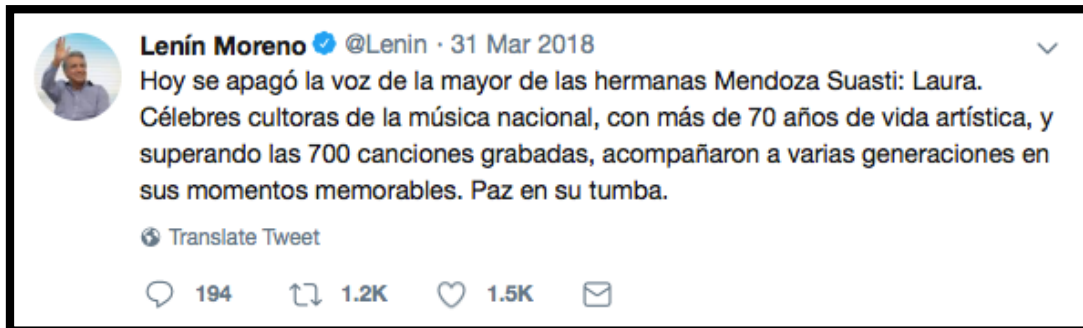
Fuente: Twitter de Lenín Moreno

Una de las propuestas de campaña para ser presidente de Lenín Moreno, fue generar empleo para los ecuatorianos, y al publicar esta información (Gráfico N°28) los comentarios por parte de los ciudadanos se hicieron presentes, para expresar su inconformidad de la situación que atravesaba el país, argumentando que había pasado alrededor de un año y que este proyecto no se llevaba a cabo, solo estaba quedando en palabras.

También a través de esta publicación los ciudadanos aprovechan para cuestionar sobre lo que estaba pasando con el secuestro de los periodistas del Comercio en la Frontera Norte, que ya varias cuentas oficiales se habían pronunciado y pedían que se dé la importancia que este asunto ameritaba.

El tuit menos destacado: 31 de marzo del 2018

Gráfico N° 29: Hermanas Mendoza Suasti



Fuente: Twitter de Lenín Moreno

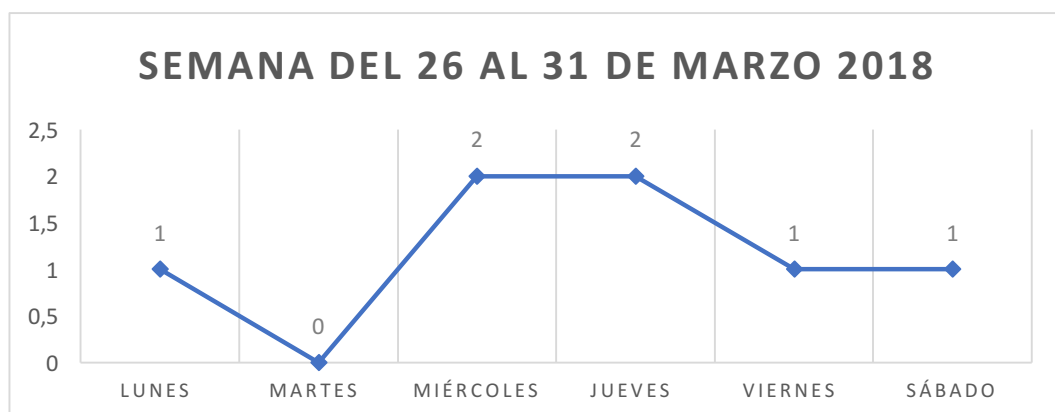
Para el último tuit de la presente investigación (Gráfico N°29), vemos que se refiere a una condolencia, con respecto a una cantante ecuatoriana, misma que dentro del ámbito artístico o al menos para los jóvenes que son en su mayoría quienes utiliza esta red social, no ha sido reconocida, es por eso que el número de comentario de la publicación es tan bajo en esta semana, cabe decir que la mayoría de comentarios que se encuentran en el tuit, no tienen referencia al tema publicado.

Al tener que ver con un tema que involucra al Ecuador, vemos en las interacciones de retuits (1200) y las de me gusta (1500), alcanzan un número significativo.

En este mensaje se puede apreciar que la interacción de usuario con el comentario es prácticamente automático, si la información le llega, es decir la visualizo, y la leyó se manifiesta en los likes o me gusta, puesto que estas muestran una acción positiva ante lo publicado.

Quinta semana de marzo: tuits por día

Tabla 18: Análisis de la semana del 26 al 31 de enero 2018



Fuente: Twitter de Lenín Moreno

Los tuits en esta última semana del mes de marzo y por lo tanto de la investigación, fueron relativamente bajos, pues en su totalidad obtiene 7 tuits, teniendo así un promedio de tan solo 1 tuit por día.

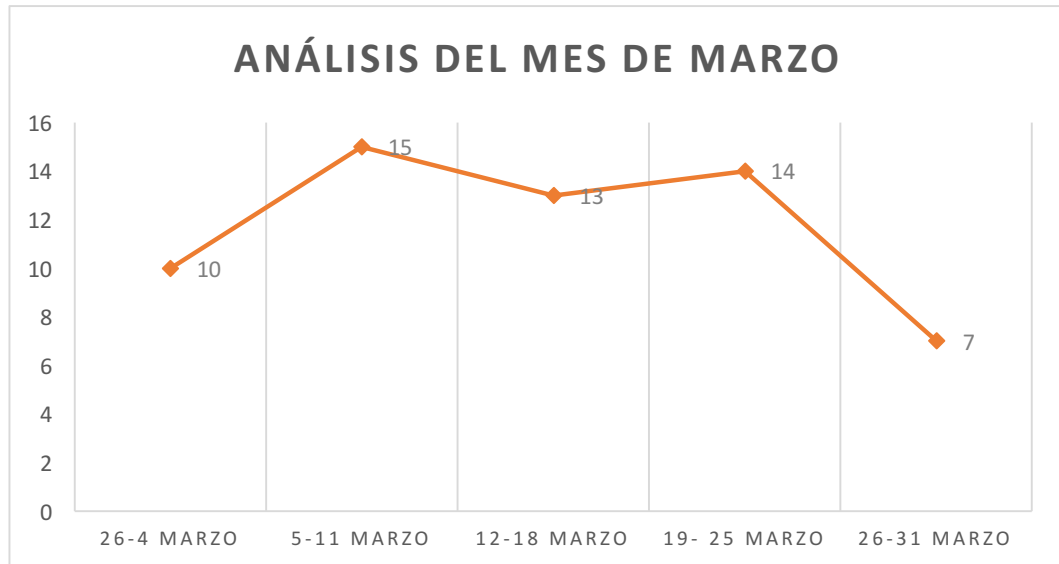
Las temáticas que se mencionaron en esta semana varían, algunas ideas que el mandatario transite en el pico de publicaciones de la semana son: el paquetazo y su política de no aumentar los impuestos que se ha polemizado mostrando ya que se comentaba la decadencia económica que atravesaba el país con respecto a luz eléctrica, combustible, se menciona al plan económico que el mandatario revisará para beneficiar a los menos afortunados.

Se despide el mes con publicaciones que se encuentran vinculados a el terrorismo en las fronteras y la captura de los periodistas del diario el Comercio y la vulnerabilidad de la seguridad en la frontera, en esta semana se debate la lucha por liberar a los compañeros periodistas.

Para terminar el mes se muestra una publicación de carácter y un tanto religioso mencionando las festividades de las pascuas, recordando parte de sus creencias a la ciudadanía, así como un recordatorio de las prácticas y diversidad tradicional.

Análisis del mes de marzo

Tabla 19: Análisis del mes de marzo



Fuente: Twitter de Lenín Moreno

Elaborado por: Brian Cárdenas

Con respecto al mes de marzo este contiene cinco semanas considerando la última semana con solo seis días. En este mes se obtuvieron un total de 59 tuits. El pico más alto del mes se da en la semana de 5 al 11 de marzo que tuvo un total de 15 tuits. Muestras que el pico más bajo se da en la semana del 26 al 31 de marzo.

Se debe recalcar que la quinta semana del mes solo se pierde un día de la semana que corresponde al 1 de abril, que no ingresa en el trimestre de la investigación.

Este mes a diferencia de enero y febrero se encuentra en segundo lugar en cuanto a comentarios, mientras que enero llega a ser el mes con menos publicaciones, y febrero el mes que se destaca con más publicaciones.

3.3 A modo de resumen

Tabla 20: Análisis de los tres meses

| MESES | COMENTARIOS | FECHAS | COMENTARIOS | RETUITS | ME GUSTA |
|---------|--------------------|------------------------|-------------|---------|----------|
| ENERO | MÁS COMENTADO | 6 de enero del 2018 | 1200 | 2500 | 3100 |
| | MENOS COMENTADO | 5 de enero del 2018 | 369 | 1500 | 1800 |
| | MÁS COMENTADO | 11 de enero del 2018 | 698 | 1200 | 1500 |
| | MENOS COMENTADO | 10 de enero del 2018 | 211 | 951 | 972 |
| | MÁS COMENTADO | 19 de enero del 2018 | 777 | 1200 | 1500 |
| | MENOS COMENTADO | 16 de enero del 2018 | 403 | 1200 | 1400 |
| | MÁS COMENTADO | 27 de enero del 2018 | 732 | 1800 | 2200 |
| | MENOS COMENTADO | 27 de enero del 2018 | 101 | 1100 | 926 |
| FEBRERO | MÁS COMENTADO | 4 de febrero del 2018 | 1300 | 7800 | 12000 |
| | MENOS COMENTADO | 31 de enero del 2018 | 100 | 755 | 859 |
| | MÁS COMENTADO | 7 de febrero del 2018 | 1300 | 2900 | 4500 |
| | MENOS COMENTADO | 9 de febrero del 2018 | 123 | 758 | 1000 |
| | MÁS COMENTADO | 15 de febrero del 2018 | 318 | 1400 | 1800 |
| | MENOS COMENTADO | 16 de febrero del 2018 | 100 | 959 | 795 |
| | MÁS COMENTADO | 21 de febrero del 2018 | 1500 | 1600 | 1700 |
| | MENOS COMENTADO | 19 de febrero del 2018 | 41 | 712 | 464 |
| MARZO | MÁS COMENTADO | 26 de febrero del 2018 | 1400 | 3100 | 3800 |
| | MENOS COMENTADO | 27 de febrero del 2018 | 162 | 797 | 790 |
| | MÁS COMENTADO | 11 de marzo del 2018 | 788 | 1300 | 1900 |
| | MENOS COMENTADO | 6 de marzo del 2018 | 92 | 812 | 838 |
| | MÁS COMENTADO | 14 de marzo del 2018 | 574 | 1100 | 1200 |
| | MENOS COMENTADO | 13 de marzo del 2018 | 227 | 1200 | 1300 |
| | MÁS COMENTADO | 20 de marzo del 2018 | 719 | 1800 | 1800 |
| | MENOS COMENTADO | 21 de marzo del 2018 | 201 | 1900 | 2100 |
| | MÁS COMENTADO | 26 de marzo del 2018 | 586 | 1800 | 1800 |
| | MENOS COMENTADO | 31 de marzo del 2018 | 194 | 1200 | 1500 |

Fuente: Twitter de Lenin Moreno

Elaborado por: Brian Cárdenas

En la investigación se lograron analizar 26 tuits en trece semanas, considerando las que han tenido un mayor y menor impacto social, considerando que se publicaron

en enero 42 tuits, en febrero 64 tuits, en marzo 59 tuits con un total de 165 tuits publicados en un periodo de 3 meses. En esta tabla se puede visualizar como se entrelazan las tres opciones de interacción directa del usuario con respecto a la aceptación de la información por parte de la opinión pública.

Se puede destacar que los me gustan sin duda reflejan la aceptación directa de la información, estos me gustas baja predominantemente si no hay retuits y comentarios, sin embargo, en las publicaciones que varía esta tendencia es en las publicaciones con menos comentarios que son de carácter social en el mes de marzo, el 13 y el 21 de dicho mes, en esta se puede apreciar que las dos publicaciones mencionan temas como el síndrome de Down y la alfabetización donde aparece un personaje popular como Baltasar Ushca, lo que demuestra el aumento de me gusta en estas publicaciones. Aunque estas dos publicaciones se encuentran en las menos comentadas, mantienen una buena aceptación por el público.

En la actualidad la opinión pública hacia este mandatario se ha dividido en dos, entre los que le consideran un traídos, que dividió su propio partido político. Esto lo colocó en el escarnio público por los mismos miembros de Alianza País.

En la investigación se pudo apreciar el criterio público de los ecuatorianos hacia la aceptación del mandatario. Aunque la investigación se enfocó en considerar los comentarios emitidos en la red social Twitter se debe enfatizar que esta contiene información que muestra varios aspectos de la opinión pública. En primer lugar, analiza la oposición de la ciudadanía y los comentarios soeces que emiten, así como la expresión de inconformidad por las decisiones en este mandato. En segundo lugar, los me gusta que tienen los tuits demuestran el grado de aceptación que el público tiene ante el presidente, cuanto lo aprecian y valoran el trabajo que está realizando. En tercer y último lugar los retuits muestran como la ciudadanía comparte la información y la coloca en su cuenta personal, tratando de transmitir esta información a los que le rodean.

Lenín Moreno abre su cuenta de Twitter el 29 de octubre del 2012 con 58.600 seguidores, en la actualidad cuenta con 703.159 seguidores, esto muestra un aumento en cuanto a seguidores, por ende, está funcionando su estrategia de comunicación en una la mitad del proceso electoral.

CAPITULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

La recolección de los comentarios vertidos en la red social Twitter del mandatario Lenin Moreno se realizaron en un periodo de 13 semanas donde se obtuvo mediante la técnica de recolección de datos un total de 26 tuits que contienen información al respecto de la agenda presidencial, trabajos, obras resoluciones y cambios administrativos que suceden en su mandato. Este análisis permite interpretar el criterio público de la colectividad ecuatoriana sobre todo en el ámbito de la política.

El uso del Twitter como canal de comunicación permite que el usuario en este caso la sociedad ecuatoriana emita un criterio de forma inmediata sobre una problemática en particular de enero a marzo del 2018 se pudo apreciar diferentes criterios al respecto de la ejecución del mandato presidencial entre los que se destacan odio sátira política y oposición que se observa en algunos comentarios del público, sin embargo, los me gusta y retuits se puede apreciar una aceptación de las decisiones presidenciales.

El Twitter como herramienta para la difusión de información de carácter político en el Ecuador se encuentra en las primeras etapas de crecimiento e influencia de los ciudadanos sobre todo en las nuevas generaciones que son las que manejan con regularidad estos medios tecnológicos, pero que no se interesan en la política aun así el Twitter está logrando romper la espiral de silencio que se ha generado en los medios masivos clásicos (televisión, prensa, radio). Logrando una evolución con respecto al desarrollo y construcción de la opinión pública.

4.2 Recomendaciones

Para la recolección de datos en especial de los medios electrónicos y digitales como son los sitios web y las aplicaciones como el caso de Twitter se debe considerar realizar archivos de respaldo que permitan guardar los criterios emitidos por figuras públicas ya que en el caso particular de Twitter solo permite visualizar 3200 publicaciones pues no poseen un cajetín para realizar búsquedas extensas para esto se necesitaría la fecha exacta de publicación o conocer el hashtag de la noticia; más de estas ya no se pueden visualizar complicando el trabajo de recolección de información.

Considerar que la opinión vertida por los receptores en Twitter puede llegar al punto de ser contraproducente por lo que se debe evaluar no solo los comentarios vertidos en una publicación sino las reacciones que tienen los usuarios como me gusta y retuits pues estos también son indicadores de aceptación y popularidad.

Reflexionar sobre la difusión de la información de carácter político permitirá sintetizar de manera clara y concisa la información a ser plasmada en la red social. Este trabajo se debe realizar considerando una estrategia de comunicación basada en el impacto de masas, aunque en la actualidad la gente está reaccionando a las publicaciones sensacionalistas se puede romper el esquema y tratar de comunicar noticias con un contenido instructivo e informativo.

BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

- 1.- Abril, N. (1999). *Periodismo de opinión: claves de la retórica periodística*. Madrid: Editorial Síntesis S.A.
- 2.- Agudo, S. (2018). *¿Cuánto tiempo tarda en llegar un mensaje desde que lo enviamos?* El español actualidades de software, 12-19.
- 3.- Andrada, A. M. (2010). *Nuevas tecnologías de la información y la comunicación* NTICX. Argentina: Editorial Maipue.
- 4.- Berners-Lee, T. (2004). *Architecture of the World Wide Web, Volume One*. Versión 200.
- 5.- Botero, L. (2007). *Teoría de públicos: lo público y lo privado en la perspectiva de la comunicación*. Medellín: 2da ed, sello editorial Universidad de Medellín.
- 6.- Coronel, G. d., & Mier, A. S. (2011). *Impacto de Twitter en Ecuador Caso 30S*. Academia, 1-6.
- 7.- Egea, B. S. (2007). *Twitter, de red social a medio de comunicación: análisis e influencia en el ámbito empresarial. Caso de estudio: Pullmantur e Iberia, (2011-2014)*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- 8.- Grossi, G. (2007). *La opinión pública: teoría del campo demoscópico*. Madrid, España: Centro de investigaciones sociológicas.
- 9.- Habermas, J. (1962). *Historia y crítica de la opinión pública* (La transformación estructural de la vida pública. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 1981. Traducción de Antoni Domènech. Título original: *Strukturwandel der Öffentlichkeit (Untersuchungen)*).
- 10.- Kirkpatric, D. (2012). *Efecto Facebook, la verdadera historia de la empresa que está comentando el mundo*. Gestión 2000.
- 11.- Lippmann, W. (2003). *La opinión pública*. Madrid: Traducido por Blanca Guinea Zubimendi, Langre.

- 12.- Maigret, E. (2005). *Sociología de la comunicación y de los medios*. Bogotá: Fondo de cultura económica.
- 13.- Mancera Rueda, A., & Pano, A. (2013). *El discurso político en Twitter*. Barcelona España: Anthropos.
- 14.- Martínez, U. M. (2014). "*La construcción de la opinión pública digital en Colombia: twitter y Juan Manuel Santos. Un estudio de caso*". Colombia: Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario Facultad de Ciencia Política Y Gobierno Bogotá.
- 15.- McCombs, M., & Shaw, D. (1972). *Teoría de la Agenda Setting "agenda-setting"* ("The Agenda-Setting Function of Mass Media".. *Public Opinion Quarterly*, Vol. 36 p.176-187.
- 16.- Merton, R. K. (1989). *Merton en la Sociología Contemporánea*. Génova Italia: Asociación Italiana de sociología.
- 17.- Miége, B. (1996). *La sociedad conquista para la comunicación*. Grenoble: Universidad de Grenoble.
- 18.- Miller, K. (2005). *Communication theories: perspectives, processes, and contexts* (en español). New York: (2nd edición) McGraw-Hill.
- 19.- Mora, & Araujo, M. (2012). *El poder de la conversación tomo uno: la opinión pública*. Buenos Aires: 2da ed.: La Crujía Ediciones.
- 20.- Noelle, & Neumann, E. (1995). *La espiral del silencio, opinión pública: nuestra piel social*, traducido por Javier Ruiz calderón. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica S.A.
- 21.- Orihuela, J. (2008). *Internet: la hora de las redes sociales*. España: Universidad De Navarra.
- 22.- Pérez, & Latre, F. J. (2011). *La publicidad y los medios*. Pamplona: Eunsa.
- 23.- Rivadeneira, R. (1995). *La opinión pública: análisis, estructura y métodos para su estudio*. México D.F: Editorial Trillas.

- 24.- Rivas, G. (1994). *La investigación bibliográfica y los textos académicos*. Oregón.: Metodología de la investigación bibliográfica. Trujillo.
- 25.- Rodríguez, O. (2012). *Conviértete en experto social media*. Community manager. Madrid: Ediciones Anaya multimedia.
- 26.- Sabino. (2015). *Procesos de investigación*. Caracas, Venezuela: Librería Castillo.
- 27.- Scheinsohn, D. (2009). *Comunicación estratégica: la opinión pública y el proceso comunicacional*. Buenos Aires: ediciones Granica S.A.
- 28.- Speier, H. (1969). *El desarrollo histórico de la opinión pública*. México: Editorial Roble.
- 29.- Valverde, N. (2007). *Actos de precisión: instrumentos científicos, opinión pública y economía moral en la ilustración española*. Madrid: Servicios integrales de edición Távara.

WEB

- 1.- Díaz, H. M. (09 de 2015). *La espiral del silencio una opinión puede dominar una sociedad*. <https://hipertextual.com/autor/mariannediaz>. Obtenido de <https://hipertextual.com/2015/09/la-espiral-del-silencio-una-opinion-puede-dominar-una-sociedad>:<https://hipertextual.com/2015/09/>
- 2.- Díaz, R. R. (2004). *Teoría de la Agenda-Setting aplicación a la enseñanza universitaria*. España: A. F. Alaminos. Observatorio Europeo de Tendencias Sociales Observatorio Europeo de Tendencias Sociales -. Obtenido de www.obets.ua.es.
- 3.- El Comercio. (7 de 11 de 2017). www.elcomercio.com. Obtenido de Usuarios de *Twitter ya pueden escribir mensajes de hasta 280 caracteres*: <https://www.elcomercio.com/guafai/twitter-duplica-caracteres-publicaciones-redessociales.html>
- 4.- El Universo. (6 de 01 de 2018). *María Alejandra Vicuña es la nueva vicepresidenta; reemplaza a Jorge Glas*. Obtenido de El Universo: <https://www.eluniverso.com/noticias/2018/01/06/nota/6552723/nueva-vicepresidenta-ecuador>
- 5.- El Universo. (2018). *Resultados de la consulta popular en Ecuador*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/resultados-consulta-popular-2018-ecuador>
- 6.- Falconí, F. (8 de 04 de 2008). *Espacio público, cultura y medios de comunicación*. Obtenido de Red Voltaire: <https://www.voltairenet.org/article156409.html>
- 7.- Galaz, Yamazaki, & Ruiz Urquiza, S. (2014). *Los orígenes de las redes sociales y los medios de comunicación*. México: deloitte.com.
- 8.- Kundera, M. (2009). *La inmortalidad*. Traducido por Fernando de Valenzuela. Madrid, España: Editorial Tusquets Editores. Obtenido de <http://esystems.mx/bpc/llyfrgell/0372.pdf>
- 9.- Mourão, V. B. (2012). *La función de la agenda-setting de los medios de comunicación y las políticas de sanidad en Portugal*. La influencia de los medios de comunicación en la opinión pública en tiempos de incertidumbre.

Prisma Social [en línea] 2012, (junio-noviembre), 309-332. Obtenido de
<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=353744580010>> ISSN

- 10.- Rovelli, H. (2017). *Hegemonía y contra hegemonía*, Gramsci, Antonio. Fuente:
SO-COMPA. Obtenido de
<https://www.revistalaciudad.com/index.php/politica/157-antonio-gramsci>
- 11.- Verdezoto, A. (02 de 10 de 2017). *Detienen a Jorge Glas*. Obtenido de El Extra:
[https://www.extra.ec/actualidad/detencion-jorgeglas-vicepresidente-prision-
JA1741931](https://www.extra.ec/actualidad/detencion-jorgeglas-vicepresidente-prision-JA1741931)
- 12.- We Are Social. (2018). *Índices de internet y redes sociales en Ecuador* Obtenido
de <https://wearesocial.com/>
- 13.- Young, K. (1963). *Psicología social*. Buenos Aires: Editorial Paidós.