

Anuario de Investigación 2015 – 2016



Autoridades

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA

RECTOR	Dr. Hugo O. Juri
VICERRECTOR	Dr. Pedro R. Yanzi Ferreira

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

DECANA	Mgter. Mariela Parisi
SECRETARIA DE COORDINACIÓN	Dra. Susana Morales
SECRETARIA DE PLANIFICACIÓN, INFRAESTRUCTURA Y GESTIÓN INSTITUCIONAL	Dra. Corina Echavarría
ÁREA LEGAL Y TÉCNICA	Dr. Daniel Koci
SECRETARIO DE EXTENSIÓN UNIVERSITARIA	Lic. Pablo Natta
ÁREA DE GRADUADOS	Lic. Tadeo Otaola
SECRETARIA ACADÉMICA	Dra. Nidia Abatedaga
PROSECRETARIA ACADÉMICA	Dra. Claudia Ortiz
PROSECRETARIA DE ENSEÑANZA Y PLAN DE ESTUDIOS	Dra. María Inés Loyola
PROSECRETARIA DE CONCURSO Y CARRERA DOCENTE	Dra. Dafne García Lucero
DIRECTORA DE CARRERAS CORTAS ÁREA DISTANCIA Y LOCUCIÓN	Esp. Hebe Ramello
DIRECTORA DE CARRERAS CORTAS ÁREA PROFESORADO	Esp. Ana Andrada
SECRETARIA DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA	Dra. Fabiana Martinez
PROSECRETARIA DE RELACIONES INTERNACIONALES	Esp. Cecilia Ulla
SECRETARIA DE POSGRADO	Dra. Eugenia Boito
SECRETARIA DE ASUNTOS ESTUDIANTILES	Lic. Leslie. L. Lipreri
PROSECRETARIO DE ASUNTOS ESTUDIANTILES	Lic. Miguel Magnasco
ÁREA DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	Lic. María Cargnelutti

Staff

EDITORES	Fabiana Martínez - Micaela Arrieta
DISEÑO Y PROGRAMACIÓN	Iván Bendayán
CORRECCIÓN	Magdalena Bagliardelli - María Cargnelutti - Milton Copparoni - Paola Lucero Canales

Comité de referato

Boito, María Eugenia;
Castagno, Fabiana;
Da Porta, Eva;
Dalmaso, María Teresa;
Levstein, Ana;
Loyola, María Inés;
Mansilla, Héctor;
Savoini, Sandra;
Sgamminni Marcela;
Vargas, Laura;
Villa Miriam

Anuario de Investigación de la Facultad de Ciencias de la Comunicación (2015-2016) / Fabiana Martínez ... [et al.]; contribuciones de María Cargnelutti ... [et al.] ; editado por Fabiana Martínez ; Micaela Arrieta ; ilustrado por Iván Bendayán. - 1a ed. - Córdoba : Universidad Nacional de Córdoba. Facultad de Ciencias de la Comunicación. Secretaría de Ciencia y Tecnología, 2017.
Libro digital, Book "app" for Android

Archivo Digital: descarga y online
ISBN 978-950-33-1379-4

1. Anuario. 2. Investigación. 3. Ciencias de la Comunicación. I. Martínez, Fabiana II. Cargnelutti, María, colab. III. Martínez, Fabiana, ed. IV. Arrieta, Micaela, ed. V. Bendayán, Iván, ilus.
CDD 302.2



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional.

1/5

DEL DISCURSO
PRESIDENCIAL
AL MENSAJE EN 140
CARACTERES

Directora

Renee Isabel Mengo

Equipo

Maisa Belén Jobani, Inés Mathe,
Clarise Sánchez Soloaga,
Tomas A. González

Introducción

Hacia la tercera década del siglo XXI, la pregunta más interesante sobre la tecnología ya no se concentra en la expansión de dispositivos conectados a la web, sino en los criterios con los que las sociedades digitales establecen y regulan sus propios símbolos y sus propias costumbres. En ese sentido, los últimos aires de cambio en Twitter -que prometieron no ser los últimos- son un buen punto de partida.

Twitter es una red social fundada en 2006 por Evan Williams (uno de los promotores de blogger.com) y Biz Stone, basada en lo que se conoce como microblogging. Lo que une los diversos usos de Twitter es el límite en el uso de palabras: lo que se escribe no puede superar 140 caracteres y está pensado a imagen de los mensajes de los móviles. Los usuarios utilizan el espacio para actividades variadas: información y noticias en tiempo real; ver cuáles son los temas de conversación en la red; conectar con personas que tienen intereses profesionales parecidos; explicar qué están haciendo; ofrecer servicios comerciales generando contenido propio o referenciando otras fuentes a través de links o referencias a otras cuentas de Twitter.

Desde hace unos años, candidatos y representantes políticos en todos los niveles de gestión disponen de páginas webs personales, de correos electrónicos y de perfiles en las redes sociales que les permiten informar a los ciudadanos sobre sus actividades polí-

ticas y de gestión, sin tener que pasar únicamente por los canales de intermediación tradicionales. De hecho, el uso de las herramientas digitales por parte de gobernantes latinoamericanos parece haberse acelerado desde 2008. Estas plataformas digitales también son una herramienta de construcción intencional y planificada de la imagen personal que los diferentes públicos tienen a cerca de ellos.

La investigación se centró en la comunicación política en lengua española en Twitter, teniendo como objetivos la identificación de las principales tácticas adoptadas por varios Presidentes latinoamericanos como nueva forma de comunicación a través de esta red social, por lo que cabe preguntarse: ¿hay una nueva forma de comunicarse con los gobernados? ¿Qué estrategia utilizan ante sus respectivos ciudadanos? ¿Se promueve la cortesía o la agresividad verbal? Y por sobre todo ¿cuánto se puede comunicar en 140 caracteres?

Para responder a los interrogantes se han relevado los tweets de los siguientes mandatarios:

ARGENTINA

Cristina Kirchner @CFKArgentina | cuenta oficial, creada en agosto de 2010

@CasaRosadaAR | cuenta oficial durante el gobierno kirchnerista. No hay tweets sobre el bicentenario

@CasaRosada | cuenta oficial desde diciembre 2015. No hay tweets sobre el bicentenario

COLOMBIA

Álvaro Uribe Vélez @AlvaroUribeVel | cuenta oficial, publica desde julio de 2009 @casadenarino | cuenta no oficial. Creada en 2009, no hay tweets sobre el bicentenario MEXICO

Felipe Calderón @FelipeCalderon | cuenta oficial, creada en mayo de 2010 @PalacioNaci0nal | cuenta no oficial. Creada en 2010, no hay tweets sobre el bicentenario

VENEZUELA

Hugo Chávez @Chavezcandanga | cuenta oficial. Creada en abril de 2010 @DPresidencia | creada en 2015

Twitter tiene una herramienta que te permite buscar cualquier tweet de todas las cuentas que no estén bloqueadas: <https://twitter.com/search-advanced>

Desarrollo

La investigación en las redes sociales se ha ido profundizando en diversos aspectos, algunos trabajos se han centrado en los procesos de “gestión de las impresiones” de los públicos, el modo en que se presentan a sí mismos, y la calidad de las amistades que se generan en ese ámbito. Se ha investigado el grado de autenticidad de los perfiles en las redes sociales y se analizan los distintos papeles que representan los usuarios. Así aparecen miembros pasivos, invitadores o “conectores”, personas que participan plenamente de la evolución social de la red. Cuando se utiliza la denominación “Web

2.0” se suele hacer referencia a una serie de aplicaciones y páginas de internet que proporcionan servicios interactivos en red, aunque el concepto surgió a principios del año 2.000. El mismo autor sostiene que la Web 2.0, permitió crear una inteligencia colectiva a partir del intercambio de experiencias y conocimientos mediante herramientas en línea.

La participación en las redes interpersonales y virtuales se lleva a cabo dentro de coordenadas precisas como la comunicación asincrónica, la multivocidad, las condiciones de igualdad, el ambiente abierto y la interacción de nuevos significados (Garin y Muñoz, 2006)

Aunque existen excepciones, la investigación disponible sugiere que la mayoría de las redes sociales sirve para reforzar relaciones sociales ya existentes, de modo que se establecen “puentes” entre lo online y lo offline. En esta línea, se ha sugerido que Facebook se usa para estrechar relaciones offline, más que para conocer a otras personas. Esas relaciones pueden ser débiles o superficiales, pero suele haber conexiones previas entre los amigos, como compartir Universidad, la relación entre personas que dio origen a Facebook.

La investigación y los comentarios de los medios de comunicación digitales han subrayado los problemas de privacidad y respeto a la intimidad que acarrear las redes sociales. A veces se ha puesto el acento en la seguridad de los usuarios más jóvenes. En este sentido, puede ser interesante el análisis

de lo que, autores como Barnes (2006), llaman “paradoja de la privacidad”. Se describe así también esa desconexión que existe entre el afán de proteger la intimidad de los usuarios y su comportamiento en las redes sociales, a veces narcisista en extremos que rozan lo enfermizo. La protección de la intimidad se va configurando como factor decisivo para proteger la frágil confianza. Algunos sugieren que Facebook superó a MySpace en protección de la intimidad. En general, se puede argumentar que las crisis más graves que han tenido las redes sociales en su breve historia están vinculadas a la protección de la intimidad y los datos personales. A menudo se ha relacionado con este aspecto el descenso de la audiencia de MySpace y el declive de Friendster.

Una tendencia que reflejan los cambios es lo que se podría llamar supervivencia del texto. Steve Rubel, editor del blog Micro Persuasión, explicó en su columna semanal de Advertising Age las razones por las cuales la red prefiere el lenguaje impreso: la facilidad de “escaneo” –leer rápidamente–, su mayor versatilidad para compartir y publicar y las escasas barreras de entrada. Buena parte de la actividad en Internet –también la más innovadora– gira en torno a la palabra escrita: twitter, blogging, redes sociales, etcétera. Al contrario de algunos vaticinios, el mundo de los medios de comunicación sociales está contribuyendo a relanzar la letra impresa, ahora sin papel. Y aunque son imprescindibles el lenguaje y la cultura visual, la gente

no deja de escribir -y de leer-.

El reciente estudio de Nielsen¹ destacó que las redes sociales y el blogging (ambos bajo la etiqueta “comunidades de miembros”) se han convertido en una de las aplicaciones más populares en Internet, superando al correo electrónico. España se encuentra entre los cinco países con mayor aumento en el uso de esas aplicaciones (casi un 10% en el último año). Las claves del éxito que señala el informe de Nielsen son el diseño (con poca publicidad); su público amplio; su mayor protección de la intimidad y cobertura mediática, así como su “arquitectura” y el énfasis que pone en la actividad del usuario. El estudio destaca también el potencial publicitario de las redes sociales y la necesidad de establecer un modelo de negocio mediante la colaboración entre agencias y anunciantes. En cualquier caso, esta publicidad tendrá que basarse en la “bidireccionalidad” y los principios típicos de la conversación.

Metodología y técnica de relevamiento

Se aplicó metodología cuantitativa y cualitativa para poder abordar el análisis. Al tratarse de una investigación con una enorme cantidad de datos, propia de los estudios de Big Data (Mayer-Schonberger y Cukier, 2013), fue necesario recurrir a sistemas de monitorización a fin de sistematizar el to-

1- The Nielsen Company es un conglomerado de medios holandés-estadounidense con sede en Nueva York, empresa líder mundial en la medición de los consumidores.

rente de mensajes, se elaboraron diversas fichas para luego llevar la información a la grilla creada específicamente para la recepción de datos.

El método elegido para el estudio fue el de una semana construida (Stempel, 1989). La semana construida es una técnica de muestreo aleatorio que se utiliza frecuentemente en el análisis de contenido de medios de comunicación. De esta forma se confeccionó una muestra aleatoria de 301 twists comprendidos alrededor de cada conmemoración del Bicentenario de los cuatro países, para luego analizar país por país.

Para estudiar los códigos comunicacionales empleados por los presidentes en sus cuentas de Twitter se abordó el análisis de contenido (una técnica científica de recogida de información sustentada en la medida

y creación de categorías interconectadas). Complementariamente se recurrió a los requisitos de todo procedimiento científico: objetividad, sistematización y relevancia social, con la finalidad de ofrecer resultados fiables y válidos (Krippendorff, 1990).

Análisis de caso: Los Twists de los Presidentes Latinoamericanos ante el año del Bicentenario

Cuadro de relevamiento

ARGENTINA	COLOMBIA	MEXICO	VENEZUELA
Presidenta: Cristina F. de Kirchner	Presidente: Manuel Uribe	Presidente: Felipe Calderón	Presidente: Hugo Chávez Frías
Twitter: @CFKArgentina	Twitter: @AlvaroUribeVel	Twitter: @FelipeCalderon	Twitter: @Chavezcandanga

Palabras más usadas:

Denuncia a Jueces; empresarios y a Clarin	Denuncia a las FARC, como grupo terrorista	Por el Bicentenario apela a la no discriminación	Agradecimiento a China por adiestra- miento militar
--	---	---	--

Festival de cautelares	Participación en el G-8 en Corea	Hace referencia al proyecto de Reforma Política	Bicentenario, destaca el desfile “popular militar”
Preocupación por el atentado a Correa	Lucha contra la droga, el terrorismo y el narcotráfico	Inauguración de obras públicas: planta productora de vacunas	Refiere al ejercito de comunicadores
Exaltación al Gral. Dorrego	Firma acuerdo en Canadá para entrar al TLC	Refiere a la inauguración de viviendas construidas	Destaca la capacidad militar de Venezuela y agradece a Rusia por el equipamiento
Critica con la Justicia y en contra de Mignetto	Colombia comercializa con Corea	Anuncia créditos y subsidios para viviendas	Relaciona: Pueblo-Bicentenario-Soldados
Brega por la participación de Palestina en la Asamblea de la ONU	Se refiere a los actos para el Bicentenario	Destaca el esfuerzo en el rescate a mineros chilenos	Discurso místico: Patria querida...huracanadas de pasión patria...Patria grande... Viviremos... Venceremos...
Comunica que el año 2010, es el 8° año de crecimiento	Denuncia la conexión entre las FARC y el gobierno de Venezuela	Refiere a desaparición de estudiantes	Participa del Bicentenario en Buenos Aires
Comunica restitución de nieto 102	Comunica que Reyes (Farc) fue abatido en la frontera con Ecuador	Anuncie marco regulatorio para las drogas	Convocatoria social: soldado leal; al camarada

Reconoce el gran rescate chilenos a los mineros	Llama a la pacificación	Inaugura nuevos hospitales	Refiere a la muerte de Facundo Cabral
Inagura Pakapaka	Balance de gobierno tras 8 años en el poder	Refiere a los asesinatos en Ciudad Juárez por narcotráfico	Exalta al PNB
Se refiere a la preocupación por la salud de su marido	Comunica la baja en el índice de homicidios	Participa de los países APEC	Preocupación por los Pueblos originarios
Comparte actos por festividad religiosa judía	Critica al gobierno de Venezuela	Apela al cambio climático	Exaltación de la modernización militar tanto como a los soldados.
	Se despide del gobierno	Participa del G.20	
	Preocupación por la lucha antiterrorista	Alude a la corrupción y al crimen organizado	
		Inaugura Parque del Bicentenario	
		Refiere al crecimiento del empleo y de la economía del 5% en 2010	

**Exalta el gran desfile
por los 100 años de la
Revolución**

**Reinaugura Palacio
de Bellas Artes**

**Apertura de
guarderías infantiles**

**Otorgamiento de
becas estudiantiles**

**Ampliación en la
cobertura de salud**

**Inauguración de la
primera planta de
Biodiesel en Chiapas**

Aumento de la IED

**Nuevas áreas de
protección territorial:
13% del total**

Argentina

Bajo el nombre Cristina Fernández se ha encontrado cerca de 5 perfiles registrados de la ex Presidente argentina. Con su cuenta @cfkargentina, posee menos seguidores que el ex Presidente Chávez, pero coincidió con el mismo propósito de dar a conocer lo que piensa y sucede en su país. A través de ella aprovechó, en su momento, para felicitar desde Nueva York al entonces Presidente Chávez e incluso para cuestionar un fallo judicial en su país, tuvo una cantidad significativa de seguidores, y fue uno de los medios más usados de su comunicación.

La ex Presidente argentina Cristina Kirchner rara vez dio conferencias de prensa. En cambio, usó en demasía Twitter y sostuvo en el transcurso de su gobierno, que esa red social en la que reunió más de 2,2 millones de seguidores, le permitía un “contacto directo con el pueblo”.

C.F. de Kirchner usó Twitter para criticar a sus opositores y a los medios de prensa, con los que libró una prolongada batalla por considerarlos “tendenciosos”. Con frecuencia, generó debates y controversias. En una ocasión envió más de 60 tweets un día en que hubo protestas multitudinarias contra su gobierno. Sus mensajes fueron a menudo punzantes y críticos.

Otras veces sus tweets fueron joviales, como

cuando confesó ser admiradora de la serie de HBO Game of Thrones. “Seguro se queda con Robb Starck. O con Jon Snow? Ustedes dicen que con el rubio mayor que siempre la acompaña y que está re enamorado de ella? Puede ser”, sostuvo, aludiendo a la serie.

Fue común leer entre los tweets de la ex Presidente comentarios y términos tan informales que se salían de lo que se espera de la investidura presidencial, frases como “no se hagan los giles (tontos)” o “cuanta chanta (farsante) suelto”, y el uso de palabras en inglés como en un lenguaje casi juvenil, términos como “please”, “sorry” o “too much”. También ha subido imágenes fotográficas de sus perros. Estos mensajes parecen buscar alejar a la mandataria de su figura presidencial y acercarla a su público.

“La ex Presidente generó rechazo o adhesiones con lo cual no es extraño que sea popular su cuenta de Twitter”, hay gente que la sigue por toda la polémica que genera a partir de sus tweets².

C.F. de Kirchner fue la cara más saliente de un fenómeno nuevo en América Latina, donde los gobernantes estuvieron fascinados con twitter y apelan con frecuencia a ese recurso desde los últimos años.

Según un estudio elaborado por la empresa de relaciones públicas Burson-Marsteller³,

2 - Obtenido de <http://www.infobae.com/2013/08/21/1503125-los-presidentes-latinoamericanos-adoran-twitter> [Consultado el 10 de marzo de 2016].

3 - Burson-Marsteller en Argentina abrió sus puertas en 1994; en la actualidad, un equipo de profesionales de diferentes áreas de formación conforman el staff, divididos en áreas de trabajo y con expertise de variada índole (relaciones públicas, comunicación, periodismo, ciencias políticas, economía y diseño, entre otras)

la ex Presidente argentina, estuvo décima entre los gobernantes más populares de la red con 2.113.418 seguidores; el colombiano Juan Manuel Santos figura 12do con 1.975.183 y la brasileña Dilma Rousseff 14ta con 1.865.242. El venezolano Nicolás Maduro aparece con 1.208.349 seguidores.

De lo anterior se infiere que, la ex Presidente de Argentina, abrió Twitter en agosto de 2010, es decir en el año del Bicentenario, pero posterior a la conmemoración, aunque los actos se prolongaron en el transcurso del año, no hubo alusión al festejo. Sobre los 90 Twists analizados, los usó en forma denunciante, crítica y de variado contenido, más que para mostrar la obra de gobierno.

Colombia

El ex Presidente de Colombia, Álvaro Uribe adoptó la herramienta del twitter como plataforma de visibilidad política y tribuna de opinión después de dejar su cargo. Cuenta con un twittero suplantador, su perfil @presidenteUribe es seguido por 4.000 usuarios y ha publicado más de 400 tweets.

En su biografía se lee que está ubicado en la Casa de Nari (Casa de Nariño) y que será el “próximo ex presidente de Colombia”. “El sistema de salud de Colombia es muy bueno. Vean que la AH1N1 me la curaron de una”, es uno de los comentarios publicados. Uribe tiene más de 5 perfiles que hacen referencia a su nombre y ocupación como presidente del país cafetero.

El sucesor en el gobierno nacional, Manuel Santos, encontró práctico el uso de twit-

ter. “En vez de hacer tantas conferencias de prensa, uno usa Twitter”, manifestó.

El citado estudio de Burson-Marsteller muestra que los Gobiernos son cada vez más profesionales en el uso de las redes sociales. La investigación consideró interesante ver cómo los Gobiernos se adaptan a los dinámicos cambios en el panorama de las redes sociales, señalando que la política ha armado equipos completos para administrar su comunicación en línea.

Del relevamiento y análisis de los 110 Tweets, se deduce que, Colombia, en la cuenta Twitter del expresidente Uribe, enfatizó la lucha contra las FARC, el narcoterrorismo y los constantes problemas con la Venezuela de Chávez como temáticas centrales del país.

México

El ex Presidente de México, Felipe Calderón, con su cuenta @felipecalderon llegó a tener 190.000 seguidores desde que inauguró su cuenta en la que no sólo informa sobre sus actividades institucionales y partidarias, sino que además debate sobre su estrategia contra el narcotráfico.

Felipe Calderón también tiene una cuenta en Twitter, pero @calderon no es administrada por él. En su biografía, el autor dejó claro que se trata de una parodia, pues describe al mandatario como “Abogado, panista, guapo y sencillo. Parodia”. Su cuenta es seguida por más de 9.000 personas quienes se encuentran con sarcásticos comentarios como “Me tomó unos años darme cuenta que no sirvo para gobernar. Por eso ando en

Twitter”.

Por lo anterior, la cuenta de twitter del Presidente Calderón de México, sobre 40 Tweets analizados, se deduce que, fue usada para información institucional política: crecimiento; créditos; vivienda y ninguna alusión a la doble conmemoración que vivió México en el año 2010: es decir, los 200 años de independencia y 100 años de la revolución mexicana. La red social fue un medio de comunicación institucional, destacando que el ex Presidente fue uno de los mandatarios que más usó la red social con esa finalidad.

Venezuela

Unos de los ex Presidentes de la Latinoamérica que ha causado más revolución en Twitter y ha conseguido una gran cantidad de seguidores en comparación con otros mandatarios del mundo, con su cuenta @chavezcandanga.

El ex Presidente venezolano Hugo Chávez Frías cuando comenzó a utilizar la red social Twitter, antes que él, otros mandatarios de Latinoamérica ya contaban con sus perfiles, pero a diferencia de Chávez, la mayoría eran falsos y en algunos casos generaron confusión.

Chávez presentó su cuenta de Twitter como Presidente de la República Bolivariana de Venezuela. Soldado Bolivariano, Socialista

y Antiimperialista. Twitteó más de mil veces y, aunque seguía a sólo una veintena de cuentas, superó largamente el millón y medio de seguidores un año después de abrir su twitter⁴.

Pocos temas, tonos y tenores de mensaje se le escapaban a Chávez en sus Tweets. Su lista iba desde un encendido: “Todo el que se sienta Venezolano, únase a nosotros en la defensa de la Soberanía Patria”, hasta el puramente deportivo: “Gran Campeón El Deportivo Táchira! Felicitaciones! Bien por el Zamora de Barinas. Mi reconocimiento a todos. Viva nuestro deporte!”.

Chávez siguió el camino abierto por Obama (2008) cuando recurrió a Twitter para ampliar una campaña pública clave de su agenda (“Venezuela, libre de humo! Vamos todos y todas, a sumarnos a esta campaña contra el tabaquismo! No al cigarro! Vamos a vivir sanos”). Pero también reflexionó sobre su propio impacto en la red: “Epa, nos metimos en el quinto lugar en el mundo en el uso de twitter! Qué tal?”.

El ex Presidente venezolano comunicó detalles de su gestión a la ciudadanía (Hola, qué tal? Aquí, aprobando 18,4 mill. Bs.F para las emergencias en el Táchira. Continuamos desplegados por todas partes!) y respondía a veces otros mensajes –infrecuente entre la mayoría de los presidentes de la región- sin disimular afectos (@pastormaldo Animo

4- Los presidentes de América Latina copan Twitter. Obtenido de <http://twvsn.com/twitter-venezuela/tag/presidentes-en-twitter/> [Consultado el 8 de marzo de 2016].

mi querido compatriota! Vendrán días mejores, hermano! Recuerda que todo comienzo cuesta! Un abrazo! #GeneraciondeORO). En un país muy dividido como Venezuela y en el que una cuarta parte de la población usa Twitter regularmente, según comScore, tener presencia en esa red era fundamental para su Presidente.

Las autoridades “no se comunican primero por televisión, radio o en discursos, sino a través de twitter”, expresó Javier Pereira, coordinador del portal del diario El Nacional. “Por eso tenemos que estar alertas, pendientes constantemente”.

El fallecido Hugo Chávez Frías, fue la figura política latinoamericana más popular de Twitter, con más de 4,5 millones de seguidores de su cuenta @chavezcandanga.

Por el contenido de los 60 Tweets analizados del ex Presidente Hugo Chávez Frías de Venezuela, se deduce que la red social se usó intensamente para mostrar y destacar lo que el país adquirió como equipamiento militar modernizado. Fue el Bicentenario donde exaltó a través de la red social, el aspecto militarizado de la sociedad venezolana. Se reconoce que fue el mandatario que, a través de la red social y en plena conmemoración bicentennial, aludió específicamente sobre el tema, diferenciándolo de otros Presidentes.

Entre el 2009 al 2011, Latinoamérica conmemoró la mayor parte de sus Bicentenarios. Por razones de extensión, se seleccionaron cuatro países. De los cuatro Presidentes analizados, Argentina abrió la

cuenta de Twitter en agosto de 2010, es decir luego del festejo del Bicentenario, por lo que no hubo mención a la conmemoración. Los otros tres Presidentes lo usaron en el momento del acontecimiento y, a excepción de Chávez, que se comunicó con la ciudadanía por la red social, los demás no mencionaron nada al respecto.

Por el impacto en la comunicación directa que produjo el uso de twitter, los mandatarios analizados y sus pares del continente en el mismo tema, encontraron en la red social un medio, un instrumento de comunicación con la ciudadanía apuntando a mostrar su imagen, su gobierno, más allá de la importancia que oportunamente tuvo la conmemoración Bicentennial, casi un común denominador en todos los mandatarios.

la prensa por su parte, fue muy crítica en observar que el particular acontecimiento, más que un festejo, fue una muestra del gobierno de turno con pocos planes de transformación a futuro.

El Bicentenario, que al igual que el Centenario, fue conmemorado en Latinoamérica desde la perspectiva de cada país, excluyéndose la posibilidad de un festejo coordinado a escala continental tal como había sido el proceso revolucionario. Esto mismo se vio reflejado en lo analizado en este trabajo sobre el uso del twitter por parte de los mandatarios.

Conclusión

Twitter es una plataforma muy interesante para los políticos porque rebasa fronteras, es una red bastante receptora para la propaganda política y para el posicionamiento de líderes mundiales. Es una herramienta de comunicación de interés para tipos de públicos, entre ellos los periodistas.

Los presidentes latinoamericanos fueron los pioneros en usar estas herramientas, el primero que comenzó a usarlo fue el presidente de Chile Sebastián Piñera en el 2009 y la presidenta de Costa Rica Laura Chinchilla, agregando como medios de comunicación de campaña el uso de Twitter.

En pocos años, la debilidad por Twitter logró imponerse en la mayor parte de los mandatarios de América Latina, menos el ex presidente de Uruguay Pepe Mujica. Este análisis fue realizado en base a los casos de cuentas de twitter creadas a título personal por los presidentes, y no de las cuentas institucionales de la Presidencia de los distintos países.

Twitter es tal vez una red de gran preferencia y eficacia como medio de comunicación para un primer mandatario, porque pueden llegar a miles de personas con mensajes cortos. Además, porque muchos de esos mensajes se convierten en noticia. Y porque en twitter hay poco espacio y basta con afirmar o exclamar. Hay que decirlo: nada muy importante se puede sintetizar en 140 caracteres, pero esa cantidad de texto es suficiente para hacer una declaración o mantenerse en

contacto con la gente.

Del interrogatorio planteado se deduce que “twitter” es una herramienta que forma parte de estrategia de comunicación directa entre gobernante y ciudadano, por fuera de los filtros institucionales. Por otra parte, en ninguno de los casos existió un interés por escuchar a la audiencia (ciudadanos) sino más bien, mostraron su identidad política o preocupaciones de su gobierno más que, establecer nexos con la ciudadanía; para ello a veces se utilizó un lenguaje que superó al de la investidura presidencial con tal de llegar al público ciudadano.

El límite de los 140 caracteres de twitter, permite al político seleccionar los temas que impacten socialmente, más que extenderse en detalle, como lo ha sido la comunicación política convencional.

La red de microblogs vive un gran auge y los presidentes latinoamericanos no son ajenos a este fenómeno. Aunque twitter permite interactuar con los ciudadanos, la mayoría de los líderes recurre a esa red social únicamente para exhibir sus logros de gobierno.

La investigación permitió acceder a una bibliografía específica y actualizada que no se conocía. Dado la importancia que el uso de esta red social tiene en el mundo de la política, se considera académicamente relevante continuar con la investigación de la temática que, según lo relevado, el uso de twitter ha cambiado la forma de la comunicación política y la relación de quien gobierna con la ciudadanía.-

Bibliografía

BARNES, S. (2006): "A privacy paradox: Social networking in the United States". <http://www.revistalatinacs.org/071/paper/1117/37es.html> Revista Latina de Comunicación Social número 71.- Págs 715-729 [Consultado el 5 de marzo de 2016].

DELTELL, Luis y MARTÍNEZ TORRES, Ana Gabriel. (2015). Los líderes en su mañana. Perfiles de los presidentes latinoamericanos en Twitter. Revista sobre comunicación, Tecnología y Sociedad. Revista número 99 - Octubre 2014 - Enero 2015. Obtenido de: https://telos.fundaciontelefonica.com/DYC/TELOS/NMEROSANTERIORES/Nmeros80101/DetalleAnteriores_99TELOS_ANALISIS1/seccion=1268&idioma=es_ES&id=2014102812230001&activo=6.do [Consultado el 15 de enero de 2016].

GARÍN-MUÑOZ, Teresa. (2006). Inbound International Tourism to Canary Islands - a dynamic panel data model. *Tourism Management* 27: 2.

KENNETH (2013). *Big Data. La Revolución De Los Datos Masivos*. Colección Noema. Turner Libros. Madrid. Obtenido de: https://www.amazon.es/s/ref=dp_byline_sr_book_2?ie=UTF8&field-author=Kenneth+Cukier&search-alias=stripbooks "Cukier. [Consultado el 5 de marzo de 2016].

KRIPPENDORF, K. (1997). *Metodología del análisis de contenido. Teoría y práctica*. Barcelona: Paidós Comunicación.

STEMPEL, Guido H. (1989). "Content

Analysis", en Guido H. Stempel y Bruce H. Westley (eds.), *Research Methods in Mass Communications*. New Jersey: Ed. Prentice Hall.