

U N I V E R S I D A D  
D E L O S H E M I S F E R I O S



---

S A B E R Y S A B E R H A C E R

Facultad de Comunicación

**Tema:**

**Análisis comparativo de los ciberactivistas ecuatorianos entre el año 2015 y 2016**

**Trabajo de Titulación para la obtención del Título de Licenciatura en  
Comunicación**

**Presentada por:**

Nora Vanessa López Peña

**Tutor:**

Daniel Fernando López Jiménez

**Quito, abril de 2017**

## RESUMEN

El presente informe pretende determinar la participación de los principales líderes de opinión ecuatorianos en la esfera pública de su país, especialmente en la política, mediante el análisis de sus intervenciones en la red social Twitter. Para el efecto, se ha monitoreado la producción de contenidos de seis representantes importantes de opinión pública de Ecuador, en los años 2015 y 2016, elegidos en función de la intensidad de sus publicaciones, y del compromiso con sus audiencias, a partir del volumen de retweets. Entre los hallazgos más significativos se evidencia la escasa objetividad en los asuntos públicos que refieren cada uno de ellos en sus respectivas publicaciones, en contra posición a la neutralidad creciente demostrada por ellos en el mismo periodo de estudio.

**Palabras clave:** Ciberactivismo, Redes Sociales, Twitter, Micropolítica, Internet, Participación política, Líderes de opinión, Ciberactivistas, Opinión pública.

## **DECLARACIÓN DE PRINCIPIOS**

El presente documento se ciñe a las normas éticas y reglamentarias de la Universidad de Los Hemisferios. Así, declaro que lo contenido en este ha sido redactado con entera sujeción al respeto de los derechos de autor, citando adecuadamente las fuentes. Por tal motivo, autorizo a la Biblioteca que haga pública su disponibilidad para lectura, a la vez que cedo los derechos de publicación a la Universidad de Los Hemisferios.

De comprobarse que no cumplí con las estipulaciones éticas, incurriendo en caso de plagio, me someto a las determinaciones que la propia Universidad plantee. Asimismo, no podré disponer del contenido de la presente investigación a menos que eleve por escrito el requerimiento para su evaluación a la Comisión Permanente de la Universidad de Los Hemisferios.

Nora Vanessa López Peña

C.I. 172020216-5

## DEDICATORIA

Este trabajo, es un esfuerzo en el cual, directa o indirectamente participaron distintas personas opinando, corrigiendo, teniéndome paciencia, dando ánimo, acompañando en momentos de crisis y en los momentos de felicidad. Este trabajo me ha permitido aprovechar la competencia y la experiencia de muchas personas que deseo agradecer en este apartado.

A mi director del Trabajo de Grado, qué por su esfuerzo y dedicación, quien con sus conocimientos, experiencia, paciencia y motivación ha logrado en mí que pueda terminar mis estudios con éxito.

También me gustaría agradecer a mis profesores durante toda mi carrera profesional porque todos han aportado un granito de arena a mi formación.

Todo esto nunca hubiera sido posible sin el amor, cariño y amparo incondicional que me otorgaron y que me inspiraron mis padres, qué por su sacrificio y esfuerzo, de forma incondicional, entendieron mis ausencias y mis malos momentos. Por darme una carrera para mi futuro y por creer en mi capacidad, por ser mi fuente de motivación e inspiración para poder superarme cada día más.

A mi hermano por estar siempre presente, acompañándome para poderme realizar.

A mis amigos, quienes sin esperar nada a cambio compartieron su conocimiento, alegrías y tristezas, y a todas aquellas personas que durante estos años estuvieron a mi lado apoyándome y lograron que este sueño se haga realidad.

Las palabras nunca serán suficientes para testimoniar mi aprecio y mi agradecimiento.

A todos ustedes, mi mayor reconocimiento y gratitud.

**“La dicha de la vida consiste en tener siempre algo que hacer, alguien a quien amar y alguna cosa que esperar”. Thomas Chalmers**

## ÍNDICE

RESUMEN .....	2
DEDICATORIA .....	4
1. INTRODUCCIÓN .....	8
2. ESTADO DE LA CUESTIÓN.....	8
3. METODOLOGÍA .....	15
4. RESULTADOS .....	21
5. DISCUSIÓN.....	28
6. CONCLUSIONES .....	30
Bibliografía.....	31

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Distribución de los ciberactivistas 2015.....	17
Tabla 2: Distribución de los ciberactivistas 2016.....	17
Tabla 3: Matriz de análisis cuanti – cualitativo 2015 y 2016.....	19
Tabla 4: Promedio de intensidad semanal de los sujetos de estudio 2015 .....	22
Tabla 5: Promedio de intensidad semanal de los sujetos de estudio 2016 .....	23
Tabla 6: Número de retweets y hashtags 2015 .....	24
Tabla 7: Número de retuitt y hashtags 2016.....	25
Tabla 8: Calificación tendencia opinar / informar.....	27
Tabla 9: Calificación tendencia opinar / informar 2016.....	27

# ANÁLISIS COMPARATIVO DE LOS CIBERACTIVISTAS ECUATORIANOS ENTRE EL AÑO 2015 Y 2016

Nora Vanessa López Peña

vanepmcd@gmail.com

## Resumen

El presente informe pretende determinar la participación de los principales líderes de opinión ecuatorianos en la esfera pública de su país, especialmente en la política, mediante el análisis de sus intervenciones en la red social Twitter. Para el efecto, se ha monitoreado la producción de contenidos de seis representantes de opinión pública de Ecuador, en 2015 y 2016, elegidos en función de la frecuencia de sus publicaciones, y del compromiso con sus audiencias, a partir del volumen de retweets. Entre los hallazgos se evidencia la escasa objetividad en los asuntos públicos que refieren cada uno de ellos en sus respectivas publicaciones, en contra posición a la neutralidad creciente demostrada por ellos en el mismo periodo de estudio.

**Palabras Clave:** ciberactivismo, redes sociales, Twitter, micropolítica, internet, participación política, líderes de opinión, ciberactivistas, opinión pública.

## Abstract

The aim of this report is to determine the participation of the main Ecuadorian opinion leaders in the public sphere of their country, especially in politics, by analyzing their interventions in the social network Twitter. To this end, the content production of six major representatives of public opinion in Ecuador was monitored in 2015 and 2016. They were chosen according to the intensity of their publications and the commitment to their audiences based on the volume of retweets. Among the most significant findings is the lack of objectivity in public affairs regarding each one of them in their respective publications, contrary to the growing neutrality demonstrated by them in the same period of study.

**Key words:** Cyber activism, social networks, Twitter, micropolitics, internet, political participation, opinión leaders, cyber activists, public opinión.

## **1. INTRODUCCIÓN**

La presente investigación forma parte del proyecto en red denominado “Participación política digital en el contexto del capitalismo Digital: Latinoamérica, Portugal y España”, dirigida por el profesor Manuel Robledo desde la Universidad Complutense de Madrid, y liderada en Ecuador la Facultad de Comunicación de la Universidad de los Hemisferios, mediante el Centro de Altos Estudios de Internet y Sociedad de la Información.

Dada las dinámicas informativas generadas por el régimen de la Ley de Comunicación del Ecuador, se determinó indagar sobre el comportamiento de los ciberactivistas políticos en internet, específicamente en 2015 y 2016, con la finalidad de determinar, en los contenidos publicados en Twitter, su intencionalidad, carga ideológica y objetividad en sus opiniones.

Con la aparición de internet y el uso masivo de las redes sociales, los ciudadanos/ usuarios han ganado la posibilidad de expresarse libremente, en el marco de la democratización de los medios. Las personas que generan contenidos digitales en redes sociales, no solo publican sus opiniones, sino que provocan espacios de discusión, los cuales van creciendo en función al incremento de seguidores, para los autores Criado y Martínez “estas personas son conocidas como *influencers*, dado que sus contenidos se vuelven virales” (2009, p. 5).

Con la participación en internet y redes sociales, los usuarios ecuatorianos han logrado que sus comentarios, anteriormente aislados, se conviertan en una estrategia política en internet. A partir de las posturas de los cibernautas frente al actual gobierno, algunos líderes de opinión han tomado posición con su presencia en redes sociales. Esta investigación pretende identificar cuáles son los líderes de opinión en internet, también denominados “ciberactivistas”, que participan en la red social Twitter, con el objetivo de determinar las cargas comunicativas de unos y de otros ante la opinión pública.

## **2. ESTADO DE LA CUESTIÓN**

En 2016 se publicó el artículo denominado: “La construcción de la opinión publica en Ecuador a partir de la participación política en redes social”, como resultado



de la investigación “Participación política digital en el contexto del capitalismo Digital: Latinoamérica, Portugal y España”, dirigida por el profesor Manuel Robledo desde la Universidad Complutense de Madrid, y liderada en Ecuador por la Facultad de Comunicación de la Universidad de los Hemisferios, mediante el Centro de Altos Estudios de internet y Sociedad de la Información. En el artículo se identificó a Carlos Vera, César Ricaurte, Janeth Hinostroza, Martín Pallares, Mauricio Maldonado y Ramiro González, como los seis líderes de opinión en Ecuador de mayor presencia en la red social Twitter, en relación con la intensidad de sus mensajes, a manera de participación en política mediante la exposición de sus opiniones en el marco de la libertad de expresión. (López 2016, p. 35).

En todos los ciberactivistas se advirtió la intención de comunicar las ideas, desde una postura específica, lo que podría identificarse como su opinión. Por el contrario, en ningún caso se observó la plena disposición objetiva para comunicar los temas relacionados con la política, la economía, la sociedad o los asuntos internacionales. López en su texto, define al ciberactivismo como una manifestación de ideas contrarias al régimen político, además advirtió sobre un status de libertad de expresión, que demarcó a su vez en un status democrático de tolerancia (2016, p. 35).

El ciberactivismo puede encontrar sus vestigios arqueológicos desde el mismo surgimiento de internet, en los años sesentas, impulsado por la Guerra Fría, a través del Departamento de Defensa estadounidense. Se buscaba una red de comunicación segura que contuviese un ataque soviético. Por disposición de sus inventores, internet, fue el resultado de una arquitectura de red que no fuera posible controlar desde ningún centro específico. La misma está compuesta por miles de redes informáticas autónomas que tienen modos innumerables de conectarse, sorteando las barreras físicas. Manuel Castells lo expone de la siguiente manera: Arpanet fue la red establecida por el Departamento de Defensa, la misma que acabó convirtiéndose en la base de una red de comunicación global y horizontal de miles de redes que conocemos hoy como internet (2005, p. 5).

No fue hasta el comienzo de los años noventa que internet se convirtió en una red de redes, transformándose en la plataforma digital masiva más importante del mundo. Rápidamente se transformó en una herramienta al alcance de las empresas, los gobiernos, las instituciones y las personas en general. Entrado en el siglo XXI, el

escenario del nuevo comercio electrónico y la nueva esfera de la opinión pública. Es así como fueron apareciendo espacios destinados a fomentar la participación de los ciudadanos en distintas áreas de la vida social y la participación política. En el libro titulado: *La era de la información: economía, sociedad y cultura*, alude:

Como atributo significativo de internet, es necesario mencionar cómo se ha convertido no solo, en la red de redes, sino en el medio de medios, provocando la multimedialidad narrativa, la transmedialidad significativa, la hipertextualidad y la democratización de los nuevos medios de comunicación digital, entre los cuales podríamos ordenar a las redes sociales como Twitter, objeto de la presente investigación (Castells, 2005, p. 5).

Para el autor Octavio Islas, el uso de internet también se relaciona con los niveles socioeconómicos de la población; así lo expone en el libro *El empleo de las redes sociales en las campañas presidenciales, México 2012*: “Internet incrementa el alcance de todos los medios de comunicación masiva en cada uno de los niveles socioeconómicos, particularmente en aquellos sectores que se distinguen por su elevado poder adquisitivo” (2016, p. 18).

Sally Burch, en su estudio *Sociedad de la Información/ Sociedad del Conocimiento*, las tecnologías de la comunicación y en especial las redes sociales han sido un factor clave en la aceleración de la globalización económica, pero su imagen pública se encuentra más asociada a aspectos de participación de la opinión pública, gracias a la independencia comunicativa que ofrece la comunicación digital, propiciando la participación activa de los ciudadanos en cuanto a los asuntos noticiosos y coyunturales de la sociedad, en especial en temas relacionados con asuntos políticos (2005).

Entre 2001 y 2002, surgieron los primeros sitios que fomentaron las redes sociales de amigos y en 2003, por su parte, Manuel García afirma que su popularidad creció con la aparición de MySpace y a partir de esta, algunas empresas comienzan a hacerse partícipes y crean sus propias redes sociales, como Yahoo, Facebook, Twitter, entre otras (2002, p. 183).

El uso de redes sociales y, en especial el microblogging de Twitter, ha transformado la comunicación política rutinaria a una comunicación política activa, que podría denominarse ciberactivismo. Twitter es la red social, que cuenta con un límite máximo de 140 caracteres, además de tener otras funcionalidades como son los

*retweets*, menciones, respuestas y etiqueta (López Meri, 2015, p. 27). La brevedad y la rapidez en la emisión y recepción de textos es una de las cualidades de esta red social. En su artículo titulado: *Reportaje y documental: de géneros televisivos a cibergéneros* Lazo, expone que hoy en día, esta se ha convertido en el espacio preferido para el activismo político, dado que “el usuario en la red se convierte en generador de contenidos de actualidad” (2012, p. 140). Aunque en un principio, esta red social se encontraba de moda entre los candidatos políticos, quienes se sumaban a los avances tecnológicos. Frente a lo que se consideraba innovador en la sociedad, los autores Roberto Rodríguez y Daniel Ureña exponen que los candidatos se enfrentaban al uso de nuevas herramientas aún sin comprender lo que estas podían aportarles realmente (2011, p. 110).

Por otra parte, para Iria Puyosa, la web social facilita a que los portadores de información puedan establecer relaciones estrechas de confianza y credibilidad en grupos o comunidades cohesionados por intereses comunes o por identidades, superando brechas socio-demográficas y barreras territoriales (2014, p. 209)

Las redes sociales de comunicación cibernética (RSCC) se convirtieron en espacios para el intercambio democrático de información y opinión de los ciudadanos. En artículo: *Cómo puede contribuir Twitter a una comunicación política más avanzada* de Moya y Herrera afirman que Twitter es una nueva estructura en redes sociales, explicándolo de la siguiente manera: La estructura y funcionalidad que inaugura Twitter lo convierten en un medio idóneo para facilitar la participación ciudadana en política a través de la comunicación” (2015, pág. 1).

Twitter comenzó a utilizarse como un medio político, cuando despertó interés en la Fundación Orange, la misma que realizó una investigación, y donde las conclusiones encontradas por Moya y Herrera en su artículo fueron las siguientes:

- 1) Las redes sociales favorecen efectivamente al contacto directo entre ciudadanos/usuarios con partidos políticos e instituciones,
- 2) Twitter se ha convertido en una de las herramientas más utilizadas por partidos políticos,
- 3) Se ha generalizado el uso de los medios sociales, por parte de las Comunidades Autónomas, como canales de comunicación institucional (Moya & Herrera, 2015, p. 3).

Parecería que Twitter se ha convertido en un espacio digital donde se forma la voluntad política a través del continuo flujo de ideas e información relevante. Siguiendo

a Niklas Luhmann, la opinión pública cumple con una función política, dado que esta se convierte en la base de la democracia, pero no por una valoración ética, sino por razones pragmáticas, debido a que permite una interconexión entre las personas que comparten ciertos temas básicos y que, a partir de esta interacción social, permiten el diálogo político-social (2013, p. 105).

José Luis Orihuela, explica que uno de los puntos fuertes de Twitter, es que este ofrece experiencias y opiniones acerca de productos y servicios, sean estos sobre noticias, programas de televisión, música, películas, entre otros (2011, p. 2). Los partidos políticos, por su parte, pueden considerarse como aquel conjunto de individuos que desean obtener espacios de poder con la finalidad de contribuir al crecimiento y desarrollo de la sociedad: son emisores y receptores dentro de una sociedad de códigos diversos. Cuando estos actúan como emisores, existe una amplia variedad de públicos externos que, en un momento determinado, podrán requerir de un mensaje particular. También tienen públicos internos que por su parte, podrán requerir mensajes específicos en algunas ocasiones. La finalidad de la comunicación en una organización política es establecer canales de intercambio de información entre sus diferentes públicos para de esta manera poder alcanzar sus objetivos.

Aunque Ecuador no contaba con estudios previos sobre el ciberactivismo, Iván Rodrigo Mendizábal encontró que, existieron tres momentos claves donde la población ha propiciado la caída de gobiernos como el de Abdalá Bucaram, Jamil Mahuad y el de Lucio Gutiérrez que, si bien esto se desarrolló debido a sus decisiones políticas, la participación ciudadana en redes sociales fue el punto clave para la destitución de los mismos a través de mensajes que denunciaban el incumplimiento de los mandantes antes nombrados durante su mandato (2011, p. 111).

Carrizo, profundiza y puntualiza el último caso, donde fue evidente el protagonismo que adquirieron las redes sociales en el derrocamiento del ex Presidente Lucio Gutiérrez.

El caso más actual y a partir del cual comunicadores e investigadores emprendieron estudios, fue a partir del derrocamiento del ex Presidente Lucio Gutiérrez, sobre la función y el uso de las nuevas tecnologías como elementos que engloban un nuevo medio público de comunicación y que permite el intercambio de ideas (Carrizo, 2012, p. 15).

Ferry define al “nuevo espacio público” como un ámbito donde predominan los medios de comunicación y aparece el término “la sociedad de los medios”, en reemplazo de la “sociedad de masas” (1992, p. 3) o de “multitud” acuñado por Price, donde algunas características que sobresalen son la exposición en forma pública de algunos aspectos privados y personales, los cuales antes hubiesen sido temas inimaginables de divulgación. Ahora bien, el ciberespacio se presenta como un instrumento de inteligencia colectiva, Lévy con base en su investigación define lo siguiente: las personas del mundo entero intercambian ideas, dado que es un nuevo espacio de comunicación, sociabilidad, organización y transacción (2007, p. 18).

De la Cueva, ahonda más en sus hallazgos y se permite la definición del ciberactivismo con base en las publicaciones realizadas en redes sociales con tintes políticos, puntualizando en el siguiente concepto: las acciones micropolíticas también denominadas como ciberactivismo, son aquellas que suponen la actividad de publicar un cuerpo de conocimiento en internet (2015, p. 41). Así:

Ninguna otra realización humana requiere el discurso en la misma medida que la acción. En todas las demás, el discurso desempeña un papel subordinado, como medio de comunicación o simple acompañamiento de algo que también puede realizarse en silencio, pero si no hubiera nada más en el juego que el uso de la acción como medio para alcanzar un fin, está claro que el mismo fin podría alcanzarse mucho más fácilmente en muda violencia. Mediante la acción y el discurso, los hombres muestran quienes son (Arendt, 2005, p. 203).

A partir de la premisa anterior, Arendt, pretende provocar la adhesión o acompañamiento de finalidades perseguidas por las acciones de micropolítica, debido a que se desea convencer al otro a partir del uso racional de conocimiento y composición de datos para construir estructuras discursivas más abstractas; pero como expone De la Cueva, a diferencia del habla verbal, en las acciones micropolíticas, decir algo, significa hacer algo (2015, p. 42). Debido a que las nuevas tecnologías de la Información y el Conocimiento (NTIC), al redactar un mensaje en una red social, es este un denominado acto del habla que puede ser publicado a partir de un conocimiento libre. Puede consistir en un máximo de 140 caracteres (tweet) y de una propuesta de procedimiento, que puede ser un retweet.

Para Puyosa, es necesario que se cree una identidad colectiva, debido a que esta es la delimitación entre el sujeto colectivo frente a los otros, y mediante la cual se fortalece la habilidad de reconocerse y ser reconocido. (2015, p. 203)

El Centro de Estudios para América Latina (CIESPAL), en el informe titulado “*Ciberactivismo de movimientos políticos y sociales en Ecuador*”, en donde Calvache demuestra que sectores de gobierno y de la política ecuatoriana han aprendido a integrarse a internet a partir del interés propiciado de los jóvenes y mujeres en cuanto al uso de internet y redes sociales (2010, p. 9).

Rodrigo Mendizábal define el ciberactivismo como una forma de acción colectiva donde se usa de manera intensiva los medios, tecnologías electrónicas o digitales frente a una coyuntura o demanda social (2011, p. 109), y, que para Ugarte, es utilizada como una “estrategia que persigue el cambio de la agenda pública, la inclusión de un nuevo tema en el orden social del día de la gran discusión social, mediante la difusión de un determinado mensaje y su propagación a través del ‘boca a boca’ multiplicado por los medios de comunicación y publicación electrónica personal” (2008, p. 85).

Toda acción micropolítica pone a disposición de los usuarios de forma pública información para todas aquellas personas que desean adherirse a la acción propuesta.

El ciberactivismo en ocasiones puede confundirse con acciones de ciberguerrilla, a la que se entiende como acción política en la red, que ha sido determinante en el desarrollo de movimientos sociales de gran repercusión social y política, (Martínez, 2013, p. 453) y a la que Arquila y Ronfeldt comprenden como hacktivismo o ciberterrorismo, dependiendo de la intensidad de la lucha, llegando a convertirse en una ciberguerra o guerra electrónica que involucra conflictos socio-políticos, donde los usuarios proveen una plataforma en la que la conflictividad y acción política pueden resolverse mediante las tecnologías electrónicas y digitales, y por la conexión de redes (2003, p. 47).

Por su parte, Gutiérrez y Rubí definen como “ciberactivista” al tipo de ciudadano que está interesado en participar activamente en la política, que sabe manejar herramientas de las nuevas tecnologías digitales y sobre todo que cuenta con una visión política propia que, aunque sea de izquierda, derecha o centro, cuenta con una

perspectiva capaz de no casarse con ningún partido político en particular (Gutierrez-Rubi & Casacuberta, 2008, p. 34).

Según análisis y encuestas que se vienen publicando en distintos países, los “tuiteros”, son aquellos usuarios que cuentan con un gran número de seguidores en Twitter, pueden ser considerados como líderes de opinión o “*influentials*”. Para Rodríguez y Ureña son personas informadas, que están involucradas política y socialmente, con un buen nivel informativo y estatus económico (2011, p. 101). Los *tweeteros* disfrutan compartiendo información, organizan y cumplen un papel activo a la hora de generar debates y ejercen influencias sobre sus círculos. Pero por encima de todo, Franco y García encontraron otra característica de los usuarios de Twitter, conciben la participación política como algo continuo en el tiempo y no sólo con el hecho de introducir una papeleta en una urna el día de las elecciones (2008, p. 27).

Estos perfiles cada vez son más decisivos en cuanto a los resultados de las elecciones. Los políticos deben tener presente que, al interactuar con los usuarios, la información se propaga, pudiendo llegar a convertirse en una bola de nieve, incluyendo a su vez a sus círculos más cercanos. Alcat, periodista y comunicador español, reconoce que Twitter, ha conseguido derribar algunos muros y muchos mitos en las atalayas donde se encontraban quienes ejercían el poder. La influencia se está democratizando y ya no es exclusiva de los grandes o poderosos (2011, p. 66).

En conclusión, la creación de las redes sociales ha dado la oportunidad a la audiencia de participar activamente, de emitir sus opiniones frente a diferentes asuntos de interés público y difundir información actual.

### **3. METODOLOGÍA**

La presente investigación se ha estructurado en forma cualitativa, cuantitativa, descriptiva y exploratoria. El objeto de estudio está constituido por parte de los líderes de opinión a través de la red social de Twitter, que operan en el Ecuador. El enfoque de la investigación es de corte cualitativo y se enfoca en el análisis de contenido a partir de criterios *ad-hoc*, determinados por algunas de las categorías utilizadas por el Análisis Crítico del Discurso (ACD) de Van Dijk y los estudios de calidad informativa de Silvia Pellegrini (1999) y otros, conocidos como el Valor Agregado Periodístico VAP, concepto desarrollado posteriormente por otros especialistas.

Los sujetos de estudio son los líderes de opinión que pueden optar por una posición crítica o favorable sobre las acciones del gobierno. Para el efecto se escogieron 6 sitios, destacados por su intensidad comunicativa diaria o semanal, y por las referencias de un grupo de expertos académicos (6) de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Los Hemisferios, en Quito, Ecuador.



Tabla 1: Distribución de los ciberactivistas 2015

Sujetos de estudio	Mensajes Twitter	Ciberactivista	Seguidores
<b>Carlos Vera</b>	394	x	323,000
<b>Janeth Hinostrza</b>	57	x	134,000
<b>Fundamedios</b>	88	x	33,300
<b>Ramiro González</b>	61	x	170,000
<b>Martín Pallares</b>	14	x	23,700
<b>Mauricio Maldonado</b>	41	x	2,772
<b>Total</b>	655		

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 2: Distribución de los ciberactivistas 2016

Sujetos de estudio	Mensajes Twitter	Ciberactivista	Seguidores
<b>Carlos Vera</b>	424	x	336 K
<b>Janeth Hinostrza</b>	24	x	149 K
<b>Fundamedios</b>	50	x	36,3 K
<b>Ramiro Gonzáles</b>	47	x	168 K
<b>Martín Pallares</b>	128	x	29,1 K
<b>Mauricio Maldonado</b>	51	x	2920
<b>Total</b>	724		

Fuente: Elaboración propia.

Para el análisis de los mensajes se organizó inicialmente una matriz individual de doble entrada para cada líder, compuesta por la operacionalización de las variables de estudio, de orden nominal, que fueron organizadas en función de:

- Intensidad diaria

- Compartir ideologías
- Intención de influencia
- Producción de ideas propias

Las categorías fueron concebidas ad hoc de la siguiente manera: la intensidad diaria es entendida como el promedio diario de mensajes en Twitter. La siguiente categoría “compartir ideologías”, demostrará una filiación política a favor o en contra del gobierno; la “intención de influencia”, en cuanto que se advirtiera la intención explícita de incidir en las opiniones de las personas; y la “producción de ideas propias” en cuanto, que no fueran “retweets”.

Las variables independientes que se midieron en esta investigación segmentaron los contenidos en función de su naturaleza política, económica, social o internacional. Como variables dependientes se usó para la valoración de los contenidos, las utilizadas en el modelo VAP de (Pellegrini, 2006, p. 18):

- Neutralidad
- Claridad
- Actualidad
- Veracidad
- Evidencia

Para el análisis cuanti–cualitativo se diseñó una matriz ad hoc que pudiera ordenar las variables del estudio de tipo cuantitativo y cualitativo. La Tabla 2 muestra un ejemplo específico.

Tabla 3: Matriz de análisis cuanti – cualitativo 2015 y 2016

<b>Información general</b>	<b>Descripción</b>					
<b>Cuenta del sitio</b>	RamiroGonzalezJ					
<b>Autor del sitio</b>	RamiroGonzalezJ					
<b>Alias</b>	<u>ninguno</u>					
<b>Lugar de edición</b>	Twitter					
<b>Red de publicación</b>	Twitter					
<b>Género del sitio (opinión / informativo)</b>	Opinión					
<b>Fecha de análisis</b>	19 nov- 11dic					
<b>Auxiliar de investigación</b>						
<b>Información cuantitativa del sitio</b>		<b>Político</b>	<b>Económico</b>	<b>Social</b>	<b>Internacional</b>	
<b>Número de piezas promedio al día (semana)</b>	86,0	56,0	10,0	10,0	10,0	
<b>Número de piezas de contenido * (semana)</b>	98,0	63,0	10,0	15,0	10,0	
<b>Número de retwiteos semana</b>	28,0	10,0	8,0	5,0	5,0	
<b>Número de piezas de</b>	70,0	45,0	15,0	5,0	5,0	

**contenido propio**

Número de hashtag      65,0      30,0      15,0      15,0      15,0

**Otros**

**Información cualitativa de las piezas**      **Descripción**

Nombre de la pieza      RT Cadena Ser

Fecha de publicación      diciembre 11, 2015

Red de publicación      twitter

Texto completo publicación      Lula Da Silva: Maduro debe entender que su derrota forma parte del proceso democrático.

Género de la pieza (opinión / informativo)      opinión

**Neutralidad      Claridad      Actualidad      Veracidad      Evidencias**

Calificación de contenido (1 a 5)  
 1= nada, 2=muy poco  
 3=poco  
 4=alto  
 5=muy alto

**Gobierno nacional (cuáles)      Funcionarios públicos (cuáles)      Gobiernos locales (cuáles)      Empresarios (cuáles)      Otros (cuáles)**

**Personajes mencionados**

Sujetos	Sustantivos	Verbos	Adjetivos	Complementos
<b>Palabras repetitivas</b>				
<b>Frecuencia por cada palabra</b>				
<b>Intencionalidad del sitio (análisis cualitativo)</b>				

Fuente: Elaboración propia.

#### 4. RESULTADOS

La tabla 3 mide la intensidad semanal de los sujetos de estudio. Esta se aplicó durante dos años consecutivos, y en la cual se puede determinar que Carlos Vera (ex-periodista) fue el mayor ciberactivista con un total de 394 tweets, de los cuales 214, fueron de contenido político, mientras que, en 2016, el número de tweets que emitió fue 424, de los cuales, 177 fueron de contenido social y 170 de contenido político; convirtiéndose así en el mayor ciberactivista político del país.

Lo sigue Martín Pallares, quien en 2015 contó con un total de 14 tweets, de los cuales 12 (86%) fueron de corte político. Mientras que, en 2016, su participación política aumentó a 128 tweets, de los cuales 55 (43%) fueron políticos y 37 (29%) de corte social y el último ciberactivista que lidera el *top 3* de esta tabla, es César Ricaurte, quien en 2015, contó con 88 mensajes en total: 41 tweets de participación política y 40 mensajes de corte social. Esto último se debe a la Fundación Andina para la Observación y Estudio de Medios (Fundamedios), la cual se dedica al apoyo a medios de comunicación y periodistas, mediante el monitoreo de amenazas a la libertad de expresión y asociación, proyectos, capacitaciones, talleres destinados a la reflexión en torno al oficio periodístico.

Adicionalmente, se observa que Janeth Hinostroza, periodista activa, es la mayor ciberactivista política en 2015, en proporción a sus mensajes. Con un 88% de contenidos políticos de un total de 57 en el mismo período (2015). Mientras que, en 2016, tan solo tuvo el 33%, es decir 8 mensajes de 24. Por su parte, en 2015, Ramiro González también se destacó dado que 35 de sus 61 tweets son de corte político. Sin

embargo, en 2016 fue Mauricio Maldonado quien se destacó con 51 mensajes, de los cuales el 57% representó el corte social.

Tabla 4: Promedio de intensidad semanal de los sujetos de estudio 2015

Sitios		Clasificación de mensajes por temas										
Red Social	Nombre del sitio	Nombre del autor	T. político		T. económico		T. social		T. internacional		Total	Total %
Twitter	Carlos Vera	Carlos Vera	21	55	80	20	8	20	20	5%	394	100%
			4	%		%	0	%				%
Twitter	Martín Pallares	Martín Pallares	12	86	1	7%	1	7%	0	0%	14	100%
				%								%
Twitter	Janeth Hinostroza	Janeth Hinostroza	50	88	0	0%	0	0%	7	12	57	100%
				%						%		%
Twitter	Fundamedios	Cesar Ricaurte	41	47	4	5%	4	45	3	3%	88	100%
				%			0	%				%
Twitter	Mauricio Maldonado	Mauricio Maldonado	35	86	3	7%	1	2%	2	5%	41	100%
				%								%
Twitter	Ramiro González J	Ramiro González J	35	58	6	10	1	16	10	16	61	100%
				%		%	0	%		%		%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 5: Promedio de intensidad semanal de los sujetos de estudio 2016

Sitios		Clasificación de mensajes por temas										
Red Social	Nombre del sitio	Nombre del autor	T. político	T. económico	T. social	T. internacional	T. otro	Total				
Twitter	Carlos Vera	Carlos Vera	170	40%	44%	10%	17%	42%	33%	8%	424	100%
Twitter	Martín Pallares	Martín Pallares	55	43%	19%	15%	37%	29%	17%	13%	128	100%
Twitter	Janeth Hinostroza	Janeth Hinostroza	8	33%	1%	4%	12%	50%	3%	13%	24	100%
Twitter	Fundamedios	Cesar Ricaurte	19	38%	0%	0%	28%	56%	3%	6%	50	100%
Twitter	Mauricio Maldonado	Mauricio Maldonado	7	14%	0%	0%	29%	57%	15%	29%	51	100%
Twitter	Ramiro González J	Ramiro González J	39	83%	0%	0%	6%	13%	2%	4%	47	100%

Fuente: Elaboración propia.

Twitter es una red social, cuyo elemento significativo es establecer relaciones sociales, mediante el cual las personas también pueden mostrar su acuerdo o desacuerdo frente a las opiniones de otras, a partir de un “me gusta”, un “retwiteo” o un “hashtag”.

En esta línea, en 2015 el experiodista Carlos Vera destacó su comportamiento con 283 tweets, los cuales se distribuyeron de la siguiente manera: 150 mensajes de carácter político de otras fuentes, 60 de corte económico, 45 de tipo social y 28 internacionales. Pero en 2016, el número de tweets aumentó a 424, distribuyéndose en: 170 mensajes de contenido político, 44 económico, 177 corte social y 33 internacional.

En 2016, con menor intensidad, siguen esta práctica comunicativa: Martín Pallares con 69 tweets emitidos. De los cuales 37 representaron a lo político, 16 a lo

económico, 10 al corte social y 6 a lo internacional y; en tercer lugar, se ubica César Ricaurte con un total de 39 mensajes emitidos, que se dividen en 19 económicos, 11 sociales, 9 internacionales y no cuenta con mensajes económicos emitidos.

Tabla 6: Número de retweets y hashtags 2015

Compartir ideología			Total de Retweets / hashtags									
Red Social	Nombre del sitio	Nombre del autor	T. político	T. económico	T. social	T. internacional	T. Total	Total %				
Twitter	Carlos Vera	Carlos Vera	15	53%	60	21	4	16	28	10%	283	100%
			0			5						
Twitter	Martín Pallares	Martín Pallares	6	100%	0	0%	0	0%	0	0%	6	100%
Twitter	Janeth Hinostroza	Janeth Hinostroza	8	80%	0	0%	0	0%	2	20%	10	100%
Twitter	Fundamedios	Cesar Ricaurte	2	20%	0	0%	6	60%	2	20%	10	100%
Twitter	Mauricio Maldonado	Mauricio Maldonado	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	100%
Twitter	Ramiro González J	Ramiro González J	4	40%	2	20%	2	20%	2	20%	10	100%

Fuente: Elaboración propia.



Tabla 7: Número de retuit y hashtags 2016

Compartir Ideología		Total de Retweets / hashtags									
Nombre del sitio	Nombre del autor	T.	T.	T.	T.	T. social	T.	T.	Total	Total	
		político	37%	económico	8%		43%	internacional	11%	%	
<b>Carlos Vera</b>	Carlos Vera	94	37%	21	8%	108	43%	28	11%	251,0	100%
<b>Martín Pallares</b>	Martín Pallares	37	54%	16	23%	10	14%	6	9%	69,0	100%
<b>Janeth Hinostroza</b>	Janeth Hinostroza	7	30%	0	0%	11	48%	5	22%	23,0	100%
<b>Fundamedios</b>	Cesar Ricaurte	19	49%	0	0%	11	28%	9	23%	39,0	100%
<b>Mauricio Maldonado</b>	Mauricio Maldonado	1	5%	4	21%	6	32%	8	42%	19,0	100%
<b>Ramiro González J</b>	Ramiro González J	23	70%	0	0%	8	24%	2	6%	33,0	100%

Fuente: Elaboración propia.

El estudio arrojó los siguientes resultados de conformidad con la valoración metodológica a partir de 5 categorías utilizadas para la medición ad hoc de la tendencia a opinar o informar, donde al acercarse al valor 1, demostrará un mayor grado de tendencia a opinar, y al acercarse al valor 5, se podrá interpretar como la intensión a informar.

Carlos Vera, en 2015, fue calificado con un puntaje de 3,4, lo cual podría interpretarse como una tendencia moderada a informar. La actualidad de sus mensajes obtuvo una calificación de 4,2; la claridad de sus ideas fue de 3,9; la veracidad 3,2; en menor medida, la presentación de evidencias con 2,8, y la neutralidad de sus posiciones con 2,7. En 2016, obtuvo en el mismo orden las calificaciones de: 4,39/5 respecto a la actualidad de sus mensajes, 4,46 en cuanto a la claridad de los mismos, obtuvo un 4,06 en veracidad; 3,78 en evidencias y 3,30 en neutralidad, obteniendo así un promedio de 4,01; que a diferencia del año 2015, podría interpretarse como una tendencia media alta a informar.

Por su parte, Janeth Hinostroza, en 2015, obtuvo un 3,2 reflejando una mayor intencionalidad de opinar en sus mensajes. La calificación estuvo compuesta de la siguiente manera: la actualidad de sus mensajes 3,8; una calificación de 3,0 con respecto a la veracidad y presentación de evidencias; 3,3 la claridad de sus mensajes y 2,8 la neutralidad de sus ideas. Sin embargo, en 2016, el número de mensaje emitidos por la misma fue de 24 en relación a 57 del año pasado, obteniendo así las calificaciones de: 4,39 frente a la actualidad de hechos; 4,29 con respecto a la veracidad; 4,38 en cuanto a las evidencias en los mensajes emitidos; 4,33 afirmando que sus mensajes son claros y, un 3,63 con respecto a la neutralidad de los mismos. Se puede concluir que Janeth Hinostroza en relación al 2015, en 2016, tuvo una calificación de 4,21/5 reflejando una mayor intencionalidad de informar sus mensajes.

En el caso de Fundamedios, cuyo director es César Ricaurte, en 2015, se otorgó una calificación de 3,3; encontrando cierta tendencia moderada hacia la intención de informar. Sus mensajes fueron compuestos en relación a la actualidad con un 4,1; un 3,9 en la claridad de sus ideas; con 2,9 de veracidad y presentación de evidencias y con un 2,8 de neutralidad de sus mensajes. Por otro lado, en 2016, obtuvo una calificación de 4,48/5 que, a diferencia de 2015, refleja una alta intencionalidad de informar sus mensajes, dividiéndose así en las siguientes calificaciones: 4,64 en claridad y actualidad de sus ideas; 4,46 de veracidad; 4,26 respecto a la neutralidad de sus mensajes y un 4,42 en cuanto a las evidencias que publica.

El ciberactivista, Ramiro González, obtuvo una calificación de 3,2/5 en 2015, que demuestra un equilibrio moderado entre la intención de opinar o de informar. Mientras que, en 2016 obtuvo una calificación de 4,81/5 demostrando así que, con respecto al año anterior, aumentó su intención a informar más. Obtuvo en 2016 las calificaciones de: 5 en cuanto a la claridad y actualidad de los mensajes, un 4,62 en neutralidad y presentación de evidencias y 4,81 en la veracidad de los hechos.

Por su parte, Martín Pallares es uno de los ciberactivistas que obtuvo menor calificación, tanto en 2015, con un 2,4; interpretándose como una tendencia mayor a opinar, como en 2016, con un 3,72, valor que se puede interpretar como una tendencia mayor a informar. En relación con la actualidad de sus comunicados, en 2015, obtuvo una calificación de 2,9 mientras que en 2016, fue de 4,22; seguido por la claridad de sus

anuncios con 2,5 y 4,21 respectivamente; veracidad 2,4 y 3,74, neutralidad 2,3 y 2,59; y presentación de evidencias con 2,0 en 2015 y 3,86 en 2016.

A la página de Twitter de Mauricio Maldonado se le otorgó una calificación en 2015 de 3,1; reflejando la moderación entre su intención de opinar y de informar. Pero en 2016 obtuvo un 4,09 siendo así que su intención a informar aumentó. El mayor puntaje en ambos años fue en la composición de la valoración en la actualidad de sus comunicados obteniendo 3,5 (2015) y 4,49 (2016); seguido en 2015 por la presentación de evidencias con un 3,3, mientras que a la claridad de sus ideas se le otorgó un 3,1, a la veracidad 3,0, y a su neutralidad 2,5; por otro lado, en 2016, el segundo lugar ocupó la claridad de los mensajes obteniendo un 4,45, seguido por la veracidad con un 4,02, mientras que a la categoría de evidencias se le otorgó un 3,82, y a su neutralidad siendo el valor más bajo entre todos los ciberactivistas estudiados durante el 2016 con un 3,69.

Tabla 8: Calificación tendencia opinar / informar

<b>Ciber activista</b>	<b>Mensajes /twitter</b>	<b>Neutralidad</b>	<b>Claridad</b>	<b>Actualidad</b>	<b>Veracidad</b>	<b>Evidencias</b>	<b>Promedio</b>
<b>Carlos Vera</b>	394	2,7	3,9	4,2	3,2	2,8	3,4
<b>Janeth Hinostriza</b>	57	2,8	3,3	3,8	3	3	3,2
<b>Fundamedios</b>	88	2,8	3,9	4,1	2,9	2,9	3,3
<b>Ramiro González</b>	61	2,7	3,3	3,8	3	3,1	3,2
<b>Martín Pallares</b>	14	2,3	2,5	2,9	2,4	2	2,4
<b>Mauricio Maldonado</b>	41	2,5	3,1	3,5	3	3,3	3,1
<b>Total</b>	<b>655</b>	<b>2,63</b>	<b>3,33</b>	<b>3,72</b>	<b>2,92</b>	<b>2,85</b>	<b>3,1</b>

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 9: Calificación tendencia opinar / informar 2016

<b>Ciber activista</b>	<b>Mensajes /twitter</b>	<b>Neutralidad</b>	<b>Claridad</b>	<b>Actualidad</b>	<b>Veracidad</b>	<b>Evidencias</b>	<b>Promedio</b>
<b>Carlos Vera</b>	424	3,38	4,46	4,39	4,06	3,78	4,01
<b>Janeth Hinostroza</b>	24	3,63	4,33	4,42	4,29	4,38	4,21
<b>Fundamedios</b>	50	4,26	4,64	4,64	4,46	4,42	4,48
<b>Ramiro González</b>	47	4,62	5	5	4,81	4,62	4,81
<b>Martín Pallares</b>	128	2,59	4,21	4,22	3,74	3,86	3,72
<b>Mauricio Maldonado</b>	51	3,69	4,45	4,49	4,02	3,82	4,09
<b>Total</b>	<b>724</b>	<b>3,70</b>	<b>4,52</b>	<b>4,53</b>	<b>4,23</b>	<b>4,15</b>	<b>4,22</b>

Fuente: Elaboración propia.

En las anteriores tablas, se puede destacar que, de todos los sitios analizados, la menor calificación en promedio fue otorgada a la neutralidad, con 2,63 en 2015 y 3,70 en 2016. Lo que refleja muy poca intensión informativa. Asimismo, el promedio de presentación de evidencias de los comunicados con un 2,6 (2015) y 4,15 (2016) y veracidad con 2,92 en 2015 y 4,23, en 2016. Con el puntaje más alto, se destaca la categoría actualidad con un 3,72, en 2015. Mientras que, en 2016, esta cifra aumentó a 4,53 y con respecto a la claridad que en 2015 era de 3,3, el año 2016 incrementó a 4,52.

## **5. DISCUSIÓN**

Internet, mediante sus redes sociales se ha convertido en una nueva plataforma para la participación política, es así como ha ido apareciendo un nuevo término: “ciberactivismo”, como lo menciona Fernández en su estudio de *“La opinión pública, entre el sistema político y el sistema de medios”*, en donde señala que Twitter se ha convertido en el espacio donde se forma la voluntad política a través del continuo flujo de ideas, concepto que contrastaremos en el estudio titulado: *“La construcción de la opinión pública en Ecuador”*, en donde leemos el término “ciberactivista” como los

líderes de opinión en internet, a nuestro parecer una definición más completa del término.

En el estudio encontramos que, en 2015, en promedio, los activistas dedicaron el 70% de sus publicaciones a temas políticos y en 2016, el promedio fue de 40%, debido a que uno de los ciberactivistas analizados redujo drásticamente sus publicaciones políticas a solo el 14%, mientras que el promedio del resto de los analizados se ubica por encima del 33% llegando a superar el 80%. Evidenciando así del uso político que se le da a Twitter.

Orihuela, explica que uno de los puntos fuertes de Twitter, es que este permite ofrecer experiencias y opiniones acerca de productos y servicios, sean estos sobre noticias, programas de televisión, música, películas, entre otros (2011, p. 2). Por otra parte, para Rodrigo Mendizábal, el ciberactivismo es una estrategia que persigue el cambio de la agenda pública mediante la difusión y propagación de un determinado mensaje a través de la publicación electrónica personal (2011, p. 111).

Un ejemplo de ello es el caso de la periodista Janeth Hinojosa, que en el año 2015 su nivel de neutralidad fue de 2.8 / 5, y, a partir de las repercusiones que tuvo por parte del estado al emitir sus opiniones. En 2016, su neutralidad aumentó a 3.68 / 5 demostrando así que la publicación electrónica personal influencia a medios, al estado y a la sociedad.

De forma más general, Gutiérrez define como ciberactivista al ciudadano que está interesado en participar activamente en la política, que sabe manejar herramientas de las nuevas tecnologías digitales y, sobretodo, que cuenta con una visión política propia que, aunque sea de izquierda, derecha o centro, cuenta con una perspectiva capaz de no casarse con ningún partido político en particular (Gutierrez-Rubi & Casacuberta, 2008, p. 34).

En el presente estudio se evidencia lo contrario. Tal es el caso de Carlos Vera y Ramiro González, quienes han mantenido una vinculación estable con algunos partidos políticos. Ramiro González, ex prefecto de Pichincha y fundador del movimiento político Avanza, demuestra su vinculación a diversas tiendas políticas a lo largo de su carrera. Al igual que Carlos Vera, a quien frecuentemente se lo ha vinculado al Partido Social Cristiano, al movimiento Madera de Guerrero, y también ha ocupado cargos

públicos durante los mandatos de Sixto Durán Ballén (Ex Partido Conservador Ecuatoriano) y Abdála Bucaram (Ex Partido Roldosista Ecuatoriano).

Es así que, al contrastar diferentes opiniones del ciberactivismo y del ciberactivista, logramos una visión global en la que se encuentran agrupados ciudadanos comunes y corrientes, líderes de opinión, políticos, medios de comunicación y demás actores sociales. También se evidenció los diferentes perfiles que tienen los ciberactivistas que van desde jóvenes curiosos hasta estrategias políticas consagradas, pasando por profesionales con delirios de periodistas.

Esta conceptualización se observa de manera general, alrededor del mundo y en el caso específico de este estudio, dentro del Ecuador, donde vemos que las personas (ciberactivistas) seleccionadas para el estudio van encasillándose dentro de las definiciones y perfiles entregadas por los autores citados, dentro del marco conceptual de esta investigación.

Es evidente que la actividad política, debido a las posibilidades de las nuevas tecnologías de información y comunicación, ha encontrado nuevas maneras de inclusión ciudadana. Las redes sociales han establecido nuevas formas relacionales entre las personas, en lo que podría llamarse red social en la sociedad de la información y del conocimiento.

Tal es el caso de Carlos Vera que en 2015 sus opiniones se centraban en temas políticos y económicos, pero en 2016 sus publicaciones se enfocaron más en temas sociales e internacionales mostrando un nuevo sesgo en sus publicaciones.

## **6. CONCLUSIONES**

Se identificaron a Carlos Vera, César Ricaurte, Janeth Hinostroza, Martín Pallares, Mauricio Maldonado y Ramiro Gonzáles, como los seis líderes de opinión en Ecuador con mayor presencia en la red social Twitter. En cuanto a la intensidad de sus mensajes, a manera de participación política mediante la exposición de sus opiniones en el marco de la libertad de expresión.

Los líderes estudiados advierten la intensidad de comunicar las ideas desde la opinión, que podría identificarse como una subjetividad de la realidad; pero por el

contrario no se observa ninguna disposición objetiva para comunicar temas relacionados con la política, economía, sociedad o asuntos internacionales.

Como se advirtió a través de los instrumentos de medición, los ciberactivistas estudiados, demuestran una evolución en la carga comunicativa de neutralidad de 3.1 a 4.2 sobre 5, entre 2015 a 2016, en la que podría explicarse desde las posibles tensiones que genera la Ley de Comunicación del país.

También se observa que la cantidad de retweets y hashtags ha variado entre el año 2015 y 2016, donde todos los ciberactivistas estudiados han aumentado el número de retweets a partir de su aceptación entre los nuevos y actuales seguidores, con excepción del ex periodista Carlos Vera, que su porcentaje disminuyó.

Es evidente que la participación política influye en la cantidad de seguidores, tal es el caso de Ramiro González, actual líder del Movimiento Político Avanza, quien perdió dos mil seguidores entre 2015 y 2016, mientras que el resto de ciberactivistas estudiados se han beneficiado de un incremento substancial de seguidores.

## **BIBLIOGRAFÍA**

Alcat, E. (2011). *¡Influye!: claves para dominar el arte de la persuasión*. Barcelona: Alienta.

Arendt, H. (2005). *La condición Humana*. Chicago: Paidós Ibérica.

Arquilla, J., & Ronfeldt, D. (2003). Redes y guerras en red. *Dialnet*, 31-54.

Burch, S. (21 de Abril de 2005). *Vecam*. Obtenido de <http://vecam.org/archives/article518.html>

Calvache, M. B. (2010). *Ciberactivismos de movimientos políticos y sociales del Ecuador*. Quito: CIESPAL.

Carrizo, M. (2012). Las redes sociales como un factor determinante de transgresión en la comunicación entre adolescentes. 15.

Castells, M. (2005). La era de la información: economía, sociedad y cultura, Volumen 1. En M. Castells. Mèxico: Siglo XXI Editores.

- Criado, I., & Martínez, G. (2009). Liderazgo y comunicación en la era del blogging político. Aproximación teórica, evidencia empírica y propuesta analítica. *Razón y Palabra*, 1-19.
- De la Cueva, J. (2015). *Manual del Ciberactivista*. Barcelona: Bandaàparte .
- Fernández, M. (2013). La opinión pública, entre el sistema político y el sistema de medios. Contraste teórico y analítico entre Jürgen Habermas y Niklas Luhmann . *Question*.
- Ferry, J. M. (1992). El nuevo espacio público. *Gedisa*, 3-4.
- Franco, G., & García, D. (2008). Los efectos de las redes ciudadanas en la campaña electoral del 9-M. *Ámbitos*, 25-36.
- García, M. J. (2002). *Internet como instrumento de información y de comunicación*. Valencia: Tirant Lo Blanch.
- Gerbaudo, P. (2012). Tweets and the Streets: Social Media and Contemporary Activism. *Pluto*.
- Gutiérrez-Rubi, A., & Casacuberta, D. (2008). La web 2.0 en las organizaciones políticas: tres claves para potenciar y mejorar su uso. *Trasversales*, 32-36.
- Islas, O. (2016). *El empleo de las redes sociales en las campañas presidenciales en México 2012*. Tenerife: Cuadernos Artesanales.
- Lay Brander, M. (2015). “¿Gracias a Twitter, reviven los aforismos?” – Las formas breves en Internet. *MERIDIONAL*, 13-40.
- Lazo, M. (2012). Reportaje y documental: de géneros televisivos a cibergéneros. *Communication & Society*, 140.
- Lévy, P. (2007). *Cibercultura. Informe al Consejo de Europa*. Barcelona: Anhropos.
- López Meri, A. (2015). Twitter como fuente informativa de sucesos imprevistos: el seguimiento de hashtags en el caso #ArdeValencia. *Disertaciones*, 27. Obtenido



de <file:///C:/Users/Vane/Downloads/Dialnet-TwitterComoFuenteInformativaDeSucesosImprevistos-5626810.pdf>

López, D. (2016). La construcción de la Opinión Pública en Ecuador a partir de la participación política en redes sociales. *Revista de comunicación Obra Digital*, 35.

Luhmann, N. (2013). *Introduction to Systems Theory*. Cambridge and Malden: Polity Press. Halifax: Wiley Inc.

Mahiques Climent, J. (2014). El ciclo narrativo del cura difunto y la misa no celebrada en vida: un precedente historiográfico del siglo XVII. *Revista de Dialectología y Tradiciones Populares*, 189-207.

Martínez, H. (2013). Ciberactivismo y movimientos sociales urbanos contemporáneos. Un mapa de la investigación en España. *Dialnet*, 447-458.

Moya, M., & Herrera, S. (2015). Cómo puede contribuir Twitter a una comunicación política más avanzada. *Arbor*, 1.

Orihuela, J. L. (2011). Mundo Twitter. Una guía para comprender y dominar la plataforma que cambió la red. *Latina*, 2.

Pellegrini, S. (1999). Noticias educativas y calidad informativa en Colombia. *Revista de Ciencias Sociales*, 315-326.

Puyosa, I. (2014). El contagio de ideas políticas, la identidad colectiva y los movimientos sociales en redes. Con un punto aparte para el #Movimiento12F. *Comunicación*, 269-286.

Puyosa, I. (2015). Los movimientos sociales en red del arrenque emocional a la propagación de ideas de cambio político. *Chasqui*, 197-214.

Rodrigo Mendizábal, I. (11 de Julio de 2011). *Medios y Redes Sociales Digitales: Ciberactivismo y Conflictividad Política en Ecuador*. Recuperado el 30 de Enero de 2017, de Observatorio de redes y medios sociales, Ecuador:

<https://observatorioredesymedioecuador.wordpress.com/2011/07/01/medios-y-redes-sociales-digitales-ciberactivismo-y-conflictividad-politica-en-ecuador/>

Rodríguez, R., & Ureña, D. (2011). Diez razones para el uso de Twitter como herramienta en la comunicación política y electoral. *Dialnet*, 89-116.

Silvia, P. (2006). Valor Agregado Periodístico (VAP): la calidad periodística como un factor productivo en un entorno medial complejo. *Palabra Clave*, 11-28.

Ugarte, D. (2008). El poder de las redes. Manual para personas, colectivos y empresas abocadas al ciberperiodismo. *El Cobre*, 85.