

Efectos de la Crisis en la Percepción Ciudadana 2.0 de los Líderes Políticos de Ecuador y Chile

Effects of the Crisis on Citizen Perception 2.0 of Political Leaders in Ecuador and Chile: Reputation, Political Leadership and Management

Gabriela Baquerizo–Neira¹

Decana de la Facultad de Comunicación “Mónica Herrera”

gbaquerizo@casagrande.edu.ec

Estefanía Luzuriaga Uribe²

Docente investigadora

eluzuriaga@casagrande.edu.ec

Universidad Casa Grande

Guayaquil, Ecuador

¹ Doctora en Comunicación Social por la Universidad Austral de Buenos Aires, Argentina, y Magíster en DIRCOM y Nuevas Tecnologías de la Información, España. Decana de la Facultad de Comunicación “Mónica Herrera” de la Universidad de Casa Grande. Miembro del grupo de investigación “Comunicación, política y liderazgo en contextos sociales y digitales latinoamericanos”. Investigadora en áreas como: reputación y liderazgo político femenino; comunicación política latinoamericana y redes sociales; sentiment analysis, comunicación estratégica. Coordinadora y autora de capítulos de libros y publicaciones en revistas. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4837-1076>

² Estefanía Luzuriaga Uribe, Lic. en Ciencias Políticas, (UCG); Máster en Estudios Avanzados en Comunicación Política (UCM) y estudiante de Doctorado en Ciencias Sociales, UdeA. Directora Ejecutiva de Fundación Asesores en Desarrollo Social (ADES), Docente investigadora de la Universidad Casa Grande (UCG), líneas de investigación: comunicación política y redes, comportamiento político y decolonialidad. Afiliación Universidad Casa Grande. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4985-6411>

Resumen

En esta investigación nos preguntamos, cómo inciden los contextos de crisis en la reputación de los líderes políticos. Se seleccionó como casos de estudio a los mandatarios de Ecuador y Chile – Lenin Moreno y Sebastián Piñera respectivamente – antes, durante y después del estallido social de 2019 y la pandemia COVID 19. El estudio se realizó en la plataforma de microblogging Twitter. Se utilizó la herramienta API de Twitter para la extracción de 56800 tweets. De los tweets recolectados, se seleccionaron los que contenían los *hashtags* identificados como *trending topic* –en ambos países– en el periodo de estudio mencionado. Se elaboró un libro de código para el análisis textual de los tweets y se codificaron las categorías analíticas: reputación, liderazgo político y gestión gubernamental. El análisis dio como resultado una marcada relación entre la gestión de los presidentes y la insatisfacción de los ciudadanos. Además, se observó que la forma de hacer política mediante propuestas, discursos, o resoluciones del ejecutivo en contextos de crisis no garantizan que el primer mandatario de una nación cuente con una buena reputación en plataformas digitales.

Palabras clave: comunicación gubernamental, Twitter, crisis, reputación, liderazgo político

Abstract

In this research we ask how crisis contexts affect the political leaders reputations. We selected as case studies the presidents of Ecuador and Chile, Lenin Moreno and Sebastián Piñera respectively, before, during and after the social outbreak of 2019 and the COVID 19 pandemic. The study was performed on the

microblogging platform Twitter. The Twitter API tool was used for the extraction of 56800 tweets. From the collected tweets, those containing the hashtags identified as trending topic –in both countries– in the mentioned study period were selected. A codebook was developed for the textual analysis of the tweets and the analytical categories were coded; reputation, political leadership and government management. The analysis resulted in a marked relationship between presidents’ management and citizens’ dissatisfaction. In addition, it was observed that the way of making policy through proposals, speeches, or executive resolutions in crisis contexts does not guarantee that the nation president has a good reputation on digital platforms.

Keywords: government communication, Twitter, crisis, reputation, political leadership

Introducción

En la última década, el sistema político democrático mundial se ha visto afectado por la falta de credibilidad de los ciudadanos en los gobernantes y las instituciones. En general, esta crisis de la confianza que depositan los ciudadanos en las instituciones políticas no solo es “una manifestación importante de las características de una determinada cultura política, sino que además un indicador del apoyo que los individuos brindan al sistema político” (Montero et al. (2008), Newton y Norris (2000), Norris (1999), citados en Rivera, 2019). Belánguer ((2017) citado en Rivera, 2019) sostiene que la desconfianza en las instituciones por parte de los ciudadanos ha generado que se incremente el apoyo a las propuestas de gobierno «populistas o radicales». Asimismo, este autor, citando a Hetherington (2005), destaca que “son menos proclives a simpatizar con políticas redistributivas” (p.

556). Al mismo tiempo, cabe reconocer que tanto la política como los medios de comunicación se han transformado. Actualmente existe una mayor cercanía entre representantes y representados. Esta cercanía está ligada al cambio desde «la democracia del partido tradicional» a la «democracia de la audiencia», en la que se establece una conexión directa entre líderes políticos y el público general, lo que deviene en una cada vez mayor capacidad de intervención en la democracia representativa (Rebolledo, 2016, p. 144).

Esto se evidencia en que, cada vez más, los ciudadanos “demandan su participación en la toma de decisiones, y aprovechan las tecnologías para organizarse en torno a la defensa y promoción de causas concretas, con el objetivo de influir en la opinión pública y en los gestores públicos” (Rebolledo, 2017, p. 20). Asimismo, Rivera (2019) puntualiza que el “creciente número de ciudadanos cada vez más desconfiados de sus instituciones políticas y el auge de modalidades de participación no convencional pueden adquirir mayor centralidad en las dinámicas democráticas” (p. 575).

Desde el 2010, con la Primavera Árabe, Twitter se convirtió en una plataforma de manifestación y autoconvocatoria. Esta red de *microblogging* permite a los “colectivos llevar a cabo sus reivindicaciones” (Ortiz-Galindo, 2016) mediante lo que para Castells (2008) es un autocomunicación de masa a través de la red. Así, Twitter se convierte en un espacio público virtual y escenario de permanentes manifestaciones ciudadanas: #OccupyGezi en Turquía – 2013–; Indignados [15-M] en España – en 2011–; Occupy Wall Street [OWS] en Estados Unidos – 2011–, entre otros.

Latinoamérica no fue la excepción, porque en 2019 se convirtió en escenario de protestas. Diversos enfrentamientos sociales sucedieron en Chile, Ecuador, Colombia, Bolivia, Haití, Honduras, Puerto Rico y Perú. Si bien, el detonante de las movilizaciones fueron situaciones puntuales como: las reformas laboral, jubilatoria y tributaria en Colombia – #duquenoescucha; #vivaelparonec; #tarifazo –; el Decreto No. 883 (2019) de subsidio al combustible y reformas laborales en Ecuador – #paronec; #dialogoxlapaz –; el incremento en el costo del metro en Chile – #Chiledespertó; #CrisisenChile; #Revoluciónde los30pesos –, entre otras. A estas situaciones, se sumaron otros contextos como la desigualdad económica, corrupción, falta de acceso a servicios básicos, etc., problemas que atraviesan estos países hace décadas (Billion y Ventura, 2020). Además, la desconfianza que más del 50% de la población de estos países tiene hacia sus gobernantes (Corporación Latinobarómetro, 2021). A este complejo contexto político hay que sumarle el impacto social ocasionado por la crisis sanitaria de la COVID-19. Los sistemas sanitarios y las estructuras hospitalarias no estaban preparados para enfrentar la pandemia; la escasez de insumos médicos, las cuarentenas mal gestionadas y la poca capacidad de reacción frente a la crisis se evidenció en todos los países.

En este artículo, se realiza un análisis comparativo de dos casos – Ecuador y Chile – para determinar la percepción de la reputación de los gobernantes políticos latinoamericanos en contexto de crisis, a partir del análisis de categorías como reputación, liderazgo político y gestión gubernamental.

Caso Chileno

Sebastián Piñera, candidato del partido Renovación Nacional y presidenciable de la coalición política chilena de centroderecha subió a la presidencia en diciembre de 2017, y dio un giro ideológico hacia centro derecha en la política chilena (Olivares, 2018). Presidente por segunda ocasión, con nueve puntos porcentuales de diferencia frente a su opositor Alejandro Guillier del partido de izquierda «Frente Amplio» (Cué y Montes, 2017).

Durante su gobierno, el 6 de octubre de 2019, detonó un estallido social como consecuencia del aumento en el valor del pasaje – 830 pesos – del Metro de Santiago (Urrejola, 2019). La escalada de las manifestaciones y los actos de violencia provocados por los ciudadanos hicieron que Piñera declare estado de emergencia y toque de queda en varias ciudades del país (2019). Estas manifestaciones ocasionaron que la medida de incremento en el transporte se suspenda, sin embargo, las manifestaciones violentas de los ciudadanos, los daños en el espacio público y el paro de transportistas en la ciudad no cesaron (Paúl, 2019).

Estas manifestaciones dejaron un saldo de más de 20 muertos, 5.000 afectados y múltiples pérdidas económicas (Jiménez-Yañez, 2020). La crisis y descontento de la ciudadanía provocó que el presidente convocara un «Acuerdo por la Paz Social y la Nueva Constitución», para que – a través de una Convención Constitucional compuesta por 155 miembros – se redacte una nueva constitución. Al año siguiente, en el mes marzo, inició la crisis sanitaria por la COVID-19 en Chile, la mala gestión produjo una grave recesión económica, la contracción del PIB en 6,0%, más de un millón de desempleados y el incremento del déficit fiscal,

todo esto agudizó la crisis social, política y económica del país (Banco Mundial, s. f.).

A pesar de que Chile fue líder mundial en el proceso de vacunación con la aplicación de un promedio de 1,08 dosis diarias por cada 100 habitantes y la inmunización de 7,6 millones de habitantes hasta mayo de 2021 (Gallardo, 2021), la gestión y comunicación de los protocolos de prevención y la relajación de la población frente a las medidas de protección y uso de mascarillas, generó altos índices de contagio y permanentes confinamientos en el país (Lima, 2021), agudizando así la crisis social, política y económica.

Caso Ecuatoriano

Lenin Moreno, candidato presidenciable por el movimiento «Alianza País», ganó las elecciones en el 2017 con 51% de votos. Su gobierno fue la continuidad del proyecto político de Rafael Correa -2007/2017-. Sin embargo, durante su mandato, Moreno enfrentó varios escándalos de corrupción de miembros de «Alianza País» que fueron procesados durante su gobierno y esto le llevó a tomar distancia del correísmo. Asimismo, la caída del precio del petróleo y el incremento de la deuda pública provocaron ajustes en su gestión política-económica del país (Olivares y Medina, 2020). Debido a la crisis económica, el mandatario decidió eliminar el subsidio a los combustibles, lo que generó múltiples manifestaciones por parte de los transportistas, sindicatos y movimiento indígena; este último lideró las revueltas de octubre de 2019 que tuvieron una duración de 12 días, y finalizó con la eliminación del Decreto presidencial 883 (2019) y millonarias pérdidas económicas para el país (Pérez-Torres, 2019).

Durante su administración, la pandemia de la COVID-19 azotó el país. En abril del año 2020, Ecuador fue el primer país de Sudamérica y el segundo de Latinoamérica que tuvo el mayor número de «contagios y muertes per cápita» de coronavirus –10.398 casos y 520 muertes– y el segundo en toda América Latina (Millán-Valencia, 2020). En los primeros 15 días de la emergencia sanitaria el número de contagiados fue 1.627 y 41 personas fallecidas. El presidente declaró estado de emergencia sanitaria en el Sistema Nacional de Salud y decretó estado de excepción (Presidencia de la República del Ecuador, 2020) en todo el país, para evitar la movilidad de la población y así reducir el aumento de contagios. Se activó el Comité Nacional de Operaciones de Emergencias [COE] y se impulsó una campaña de concientización ciudadana en respuesta al llamado que se hacía en el mundo entero – #QuedateEnCasa (2020).

El último periodo de gobierno de Lenín estuvo marcado por una inestabilidad política en su gabinete, la inexistencia de un plan de vacunación y la falta de respaldo por parte del legislativo (Primicias, 2021). Lenín que – al inicio de su gobierno contaba con un 70% de aprobación por parte de la ciudadanía –, poco a poco fue perdiendo popularidad como consecuencia de su desacertada gestión pública, lo que le ocasionó un descenso al 26% de aceptación ciudadana en 2019 (Barragán-Manjón et al., 2020).

Marco Teórico

Las redes sociales en la esfera política han generado repositorios de «grandes datos», que pueden ser extraídos para obtener información sobre la dinámica de la comunicación política (Aragón et al., 2013). Los medios sociales en línea influyen en el flujo informativo y en las interacciones entre quienes

conforman la red, generando enlaces que conectan a los políticos, los partidos, su red de apoyo y la audiencia que, en este caso, es representada por el electorado. Según Adebayo et al. (2014), este flujo de información altera potencialmente la acción social y el comportamiento social colectivo, lo que genera la posibilidad de predecir el curso de los movimientos sociales y políticos, la adopción de la tecnología, el comportamiento económico y político mediante el mapeo de estas redes.

La red de *microblogging* que interesa describir para esta investigación es Twitter –edit.: actualmente X–. Esta se caracteriza por ser una plataforma donde los usuarios leen y escriben millones de mensajes cortos de máximo 280 caracteres sobre una variedad de temas cada día. Twitter fue lanzado en 2006 y cuenta con más de 20 millones de visitantes mensuales (Tumasjan et al., 2011). Las personas que participan tienen un usuario con un perfil que les permite ser miembros de la red y escribir mensajes como actualizaciones de estados personales, opiniones sobre una variedad de temas sociales, económicos, etc., o generar discusión sobre movilizaciones sociales, políticas, y de cualquier otro ámbito.

En este sentido, compartimos la idea de que las redes sociales han logrado «democratizar» la participación ciudadana en la política, porque ahora cualquiera puede interactuar con su representante político, así como monitorear, criticar su trabajo o hacer sugerencias; actividades que, sin duda, mejoran la transparencia (McNair, 2017; Valenzuela et al., 2016; Zamora-Medina y Zurutuza-Muñoz, 2014). Según Chavero (2013), “este potencial democratizador de las redes sociales es tanto más significativo en el contexto de polarización mediática en el que nos movemos” (p. 122).

Redes Sociales y Protesta

En la última década, las protestas colectivas se han configurado en Twitter, esto ha facilitado que se amplifiquen las demandas de una audiencia ciudadana descontenta. Esta plataforma de *microblogging* se ha convertido en una plataforma que convoca y aglomera movilizaciones sociales digitales (Lotan et al. 2011) como: Indignados (15-M) en España (Peña-López et al., 2014; Vallina-Rodríguez et al., 2012); La Primavera Árabe (Chaudhry, 2014; Eltantawy y Wiest, 2011; Lotan et al., 2011; Murthy, 2018); Occupy Wall Street [OWS] en New York (Juris, 2012; Penney y Dadas, 2014; Theocharis et al., 2015); #OccupyGezi en Turquía (Gerbaudo, 2012; Varnali y Gorgulu, 2015); #YoSoy132 en México (Torres-Nabel, 2015), entre otros.

En estas investigaciones se han abordado diversos temas como identificar la importancia de los *hashtags* para generar conexiones con otros colectivos en la red (Gualda et al., 2015), examinar el uso de los *hashtags* en las movilizaciones para determinar la censura que sufren los medios de comunicación (Said-Hung y Valencia-Cobos, 2017) o reconocer que las redes sociales son una plataforma que permite a los ciudadanos reapropiarse del espacio público (Gerbaudo, 2012).

Algunos expertos como Zechmeister y Lupu (2019) “[...] se preguntan si las redes sociales en general ayudan o dificultan los procesos democráticos y la democracia en sí misma” (p. 2). Se cree, al igual que otros autores, que en las redes los ciudadanos mantienen una participación autónoma frente al sistema, que de otra forma no se daría (Javaloy et al., 2001; McNair, 2017; Valenzuela et al., 2016; Zamora-Medina y Zurutuza-Muñoz,

2014; Moya-Sánchez y Herrera-Damas,2016) también sostienen que las redes sociales permiten a los activistas concentrarse colectivamente y tener una posibilidad de convocatoria en igualdad de condiciones a la que tienen los partidos del gobierno en los medios masivos.

Reputación y Política

Se entiende la reputación como el “proceso de construcción de percepciones, además de la experiencia directa, de lo que el país comunica y lo que opinan otros sobre el mismo” (Cumbre Iberoamericana de Comunicación Estratégica [CIBECOM], 2017, p. 27). El concepto, trasladado a la reputación del país, busca reconocer los activos intangibles que caracterizan al estado. Al respecto, varios autores señalan que “[...] a los países se les juzga básicamente por tres grandes variables: calidad de vida, nivel de desarrollo económico y cultural y calidad institucional (el gobierno o los sistemas de entorno institucional y político)” (p. 28).

Así como en el ámbito de las corporaciones, los activos intangibles como la credibilidad, imagen positiva, transparencia, reputación, entre otros, son un valor competitivo en el mercado, estos también son elementos fundamentales en el escenario político, porque las redes sociales se han convertido en plataformas que facilitan la transparencia que las audiencias les demandan a los líderes políticos. Además, el uso de las redes sociales como mecanismo de comunicación gubernamental es cada vez mayor, y se utiliza para transmitir una gestión transparente y para generar mayor participación ciudadana en el proyecto de gobierno.

El valor de ser percibido como legítimo podría estar convirtiéndose en un factor crucial para la supervivencia de las

organizaciones públicas en un contexto de crisis de confianza. En este sentido, es muy importante que desde el gobierno se realice un análisis y medición de la ingente cantidad de información que se produce a través de estos canales digitales de información, esto permite interpretar contenidos y sentimientos de la ciudadanía para identificar su apoyo u oposición a la gestión de gobierno (Mergel, 2013).

Autores como Rodríguez-Virgili, López-Escobar y Tolsá (2012), plantean que “el uso más intenso de los medios de difusión está asociado con percepciones menos negativas y más favorables hacia los políticos y la política” (p. 36). Otras investigaciones exploratorias también concluyen que – a diferencia del sector privado – los “profesionales del sector público dan más importancia a los atributos que caracterizan el proceso por el cual se consiguen los resultados: responsabilidad, transparencia, accesibilidad, neutralidad y equidad” (Canel, 2012). En esta investigación, concretamente, la reputación se observa a partir de los comentarios que hace la ciudadanía sobre la gestión de los mandantes. Cómo perciben los ciudadanos el impacto que tiene la gestión del mandatario, ya que esto incide directamente en la reputación del gobierno y en la marca país.

Crisis y Política

Desde un enfoque estructuralista, la crisis se define como una “consecuencia inherente a un proceso en el cual fuerzas más profundas producen un reacomodamiento de influencias ocasionado por el desvelamiento de un nuevo hecho” (Elizalde et al., 2011, p. 8). Para Schultz, Utz y Göritz (2011), la crisis es un acontecimiento que perturba el orden social, afecta a la interacción de los interesados con la organización y tiende a

perjudicar la reputación y la legitimidad de la organización –por ejemplo, Patriotta et al. (2008)–.

En las situaciones de crisis, el daño a la reputación suele estar relacionado positivamente con las percepciones de responsabilidad por la crisis y las características específicas de la situación de crisis –por ejemplo: Coombs y Holladay (1996, 2002), Coombs y Schmidt (2000)–. Los análisis de esas respuestas a las crisis sostienen que afectan de manera diferente a una variedad de resultados importantes de la comunicación de las crisis, incluida la reputación de la organización, pero también la ira, el ‘boca a boca’ negativo y la aceptación –por ejemplo: Coombs y Holladay (2009); Schultz et al. (2011)–.

La administración pública está inmersa en el mundo de las percepciones, y hay pruebas que respaldan la postura de que suele existir una brecha entre lo que las organizaciones públicas son y lo que hacen – es decir, sus logros, puntos fuertes, carencias y defectos –, por un lado, y lo que la gente percibe que hacen, por otro (Sanders y Canel, 2015, p. 783).

En los casos más agudos de tales lagunas, los dirigentes públicos se sienten frustrados porque sus esfuerzos no son reconocidos por las personas a las que sirven, mientras que los ciudadanos sienten que no son comprendidos ni bien atendidos por sus dirigentes. Además, las recientes crisis económicas y financieras han contribuido a disminuir la confianza en las instituciones públicas. (Canel et al., 2020, p. 101).

Métodos y Herramientas

En esta investigación, se emplearon varios métodos y herramientas con el propósito de realizar un estudio de casos múltiples, no experimental y de alcance descriptivo-comparativo,

con el objetivo de comprender el fenómeno de reputación de los mandatarios de Ecuador y Chile durante el periodo 2019-2021. La selección de estos casos de estudio se justifica por la similitud del origen en el que se suscitaron las protestas del año 2019, tanto en Ecuador como en Chile, además de considerar que son países andinos y que experimentaron una crisis gubernamental durante dicho año.

Para la recolección de datos, se utilizó la herramienta *API* de Twitter, mediante la cual se recopilaron un total de 56.800 tweets. Posteriormente, se seleccionaron 10 tweets de cada mandatario –un total de 20– y se analizaron los adjetivos calificativos empleados en los textos de los tweets. Este análisis permitió definir la estrategia de selección de los tweets para el análisis textual.

Una vez recolectados los tweets, se empleó la herramienta *Get Day Trends*³ para identificar los hashtags relacionados con Lenín Moreno y Sebastián Piñera en Ecuador y Chile, respectivamente. Se elaboró una matriz, determinando la fecha en que cada hashtag tuvo el rango más alto, la última vez que se utilizó y asegurando que estuviera dentro del periodo de estudio. Se identificaron tres hashtags para Piñera y diez para Moreno:

- Piñera: #liderazgodepiñera, #PiñeraCTM y #piñeraasesino;
- Moreno: #GraciasMoreno; #MorenoStyle; #LeninAsesino; #MorenoNoTeCreo; #sefugamoreno; #TuiteandoComoMoreno; #leninchao2; #leninchao2; #NoCedasLenin y #fueralenin.

³ Herramienta que muestra los principales hashtags de las últimas 24 horas. Se utiliza también para ver qué frases tienen más tweets y los hashtags de tendencia más largos. <https://getdaytrends.com/>

Procesamiento y Análisis de Datos

El análisis de los datos adoptó un enfoque mixto. Inicialmente, se realizó un conteo de frecuencia para todos los *tweets* descargados. Posteriormente, se tomó una submuestra aleatoria con el propósito de llevar a cabo un análisis cualitativo más detallado.

Para definir las categorías de análisis, se empleó un etiquetado manual de 100 *tweets* utilizando un instrumento de codificación abierta desarrollado por Luzuriaga–Uribe y Baquerizo–Neira (2021). La categorización y análisis textual se llevaron a cabo mediante una inmersión inductiva en los datos. Se identificaron y codificaron las categorías analíticas, que incluyeron: reputación personal, liderazgo político y gestión gubernamental.

Posteriormente, tras la extracción y codificación completa de los *tweets*, se trabajó con la matriz que permitió el procesamiento de los datos. Este se llevó a cabo en dos etapas distintas:

Datos Cuantitativos: para cada pregunta cerrada, se realizó un conteo de frecuencia y se utilizó la herramienta de tablas cruzadas.

Datos Cualitativos: se extrajo una muestra aleatoria de 20 *tweets* por cada uno de los *hashtags* analizados. Esto permitió profundizar en las respuestas abiertas y obtener una muestra representativa de la totalidad de *tweets* codificados.

Unidad de Análisis y Muestra

La unidad de análisis fueron los textos de los *tweets* recogidos a partir de los *hashtags trending topic* en cada uno de

los casos de estudio durante el periodo de análisis. La recolección se realizó a partir de una extracción automatizada de los tweets relacionados con los *hashtags*. En la siguiente tabla se puede observar el detalle de la extracción de tweets por cada caso de estudio y *hashtags* seleccionados:

Tabla 1

Líder Político	Plataforma	Hashtag	Cantidad de Tweets	Período
Lenín Moreno	Twitter	#GraciasMoreno; #MorenoStyle; #LeninAsesino; #MorenoNoTeCreo; #sefugamoreno; #TuiteandoComoMoreno; #leninchao2; #leninchao2; #NoCedasLenin y #fueralenin en el periodo de estudio seleccionado.	20828	2019 - 2021
Sebastián Piñera	Twitter	#liderazgodepiñera, #PiñeraCTM y #piñeraasesino	35013	2019 - 2021

Nota: Elaboración propia

Análisis Comparativo y Discusión de Resultados

Se inicia el análisis de los tweets observando el contexto al que responden las publicaciones de los usuarios. En el caso de Piñera, el 42.85% son publicaciones relacionadas con la crisis que atraviesa el país; 35.08% hacen alusión al estallido social; 6.82% refieren al sistema de salud pública; 3.35% corrupción y escándalos políticos y 2.13% democracia y participación electoral. Mientras que las publicaciones relacionadas con Moreno se enmarcan mayormente en el contexto de estallido social

-34.26%-; corrupción y escándalos políticos -9.72%-; cambio de administración -8.96%-; publicaciones relacionadas con la crisis que atraviesa el país -7.56%- y continuismo -3.18%-.

Después de observar el contexto de las publicaciones, se indaga en el uso que los tuiteros hacen de los *features* que ofrece la herramienta, se evidencia lo que sostiene Gualda y Borrero (2015), que los *hashtags* son los elementos más empleados por los usuarios, porque esto les permite categorizar la información que publican y realizar conexiones con otros colectivos en la red. Otro elemento que utilizan son los *links*, porque les permite hacer referencia a otras noticias o incorporar elementos que llevan al lector a profundizar en la información publicada. En menor medida, hacen uso de las menciones, emoticones, fotos y videos.

Tabla 2

Listado de los elementos que se observan en el tweet	Piñera	Moreno
<i>Hashtags</i>	60.42%	67.71%
<i>Links</i>	31.18%	28.29%
Mención	3.81%	1.88%
Emoticones	3.73%	1.55%
Foto	0.35%	0.00%
Videos	0.07%	0.00%
Todos los anteriores	0.41%	0.57%
Ninguno de los anteriores	0.04%	0.00%

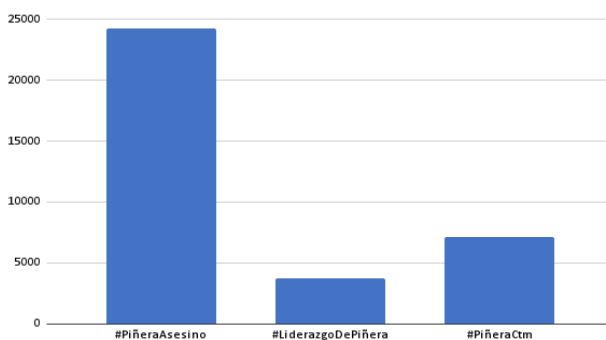
Nota: Elaboración propia

En el caso de Piñera, se observa que las etiquetas empleadas buscan aglutinar contenido enfocando mayormente a una connotación negativa hacia el presidente: #PiñeraAsesino;

#PiñeraCtm y #LiderazgoDePiñera. Siendo #PiñeraAsesino -24.221- el más utilizado, seguido por #PiñeraCtm -7.169- y #LiderazgoDePiñera -3.757-. Dos de las tres etiquetas utilizadas en los tweets tienen una connotación negativa -ver Figura 1-.

Figura 1

Hashtags más utilizados



Nota: elaboración propia

El resultado de Ecuador no es tan lejano al chileno. También se utilizan *hashtags* de connotación negativa frente al primer mandatario y algunos imparciales. Los más empleados son: #FueraLenin -2.517-; #LeninAsesino -108-; #MorenoNoTeCreo -970-; #MorenoStyle -631-; NoCedasLenin -2.524-; SeFugaMoreno -1.934-. Se observa que los *hashtags* empleados marcan posturas contradictorias en medio de la protesta. Por una parte, #NoCedasLenin parece una postura de apoyo al primer mandatario frente a la protesta. Por otra parte, #FueraLenin, es una postura totalmente opuesta al presidente por parte de la ciudadanía. Si - junto con estos *hashtags* - se analiza

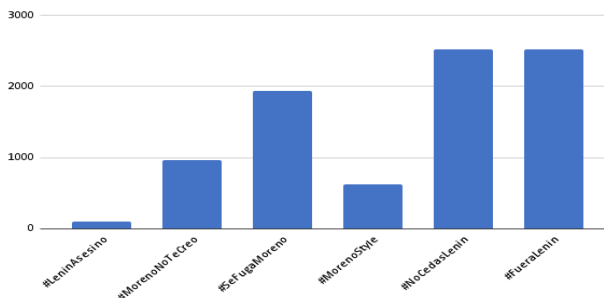
#SeFugaMoreno, se evidencia una postura principalmente negativa hacia el primer mandatario.

En los dos casos, la categorización de la información en primera instancia alude al contexto de crisis que atraviesan ambos gobiernos; y, las etiquetas manifiestan la pérdida de confianza de la ciudadanía hacia el gobierno y los mandatarios, tal como sostienen Amoroso-Botelho y López-Varas (2023):

[...] percepciones negativas sobre la situación económica actual del país y la capacidad para combatir la pandemia de Covid-19 son los factores que pesan más en la evaluación gubernamental. La polarización política y la exposición a redes sociales también cobran su precio, ya que se encuentran evidencias de que el alineamiento ideológico condiciona la opinión y de que usuarios de redes sociales son más críticos al gobierno. (p. 92)

Figura 2

Hashtags más utilizados

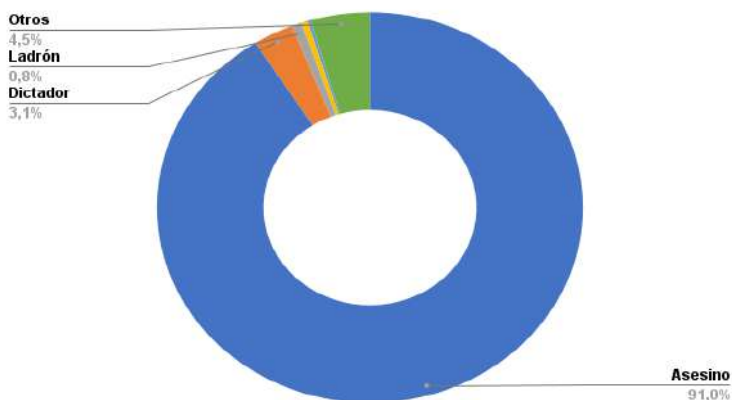


Nota: elaboración propia

Una vez identificados los *hashtags* más utilizados, se analizaron los tweets, y se pudo observar que la percepción de la opinión pública sobre Sebastián Piñera es negativa. Como ya se mencionó, #PiñeraAsesino fue el *hashtag* más empleado por los usuarios, esto condice con la palabra asesino, que es el adjetivo más empleado para calificar al mandatario. Otros adjetivos que se identificaron en los tweets fueron dictador y ladrón, ambos empleados para descalificar al presidente chileno.

Figura 3

Frecuencia de uso de adjetivos para calificar a Piñera



Nota: elaboración propia

En muchas ocasiones el adjetivo «asesino», alude a la estrategia de seguridad del gobierno y la actuación represiva de los carabineros frente a la ciudadanía como lo manifiestan los siguientes tweets:

- En Calle Irene Morales con Alameda sigue llegando gente al lugar donde murió Mauricio Fredes tras encerrona de

carabineros. COMPAÑERO MAURICIO FREDES TU MUERTE NO SERÁ EN VANO. ¡Hasta la Victoria! #PiñeraElPlayas #PiñeraAsesino. (Megáfono Popular, 2019)

- Posibles violaciones a los DDHH?!!!! váyanse a la csm!! Piñera asesino! Tienen las manos con sangre todos los de este gobierno! #PiñeraAsesino. (Roma, 2019)
- #AcusacionParaPiñeraYa por tod@s l@s que ya no están, por todos los mutilados, los torturados, los violados... No te salvarás ctm! #Pinera25Muertos #PiñeraAsesino #ChileViolatesHumanRights #NegroMatapacos. (Sandra, 2019)

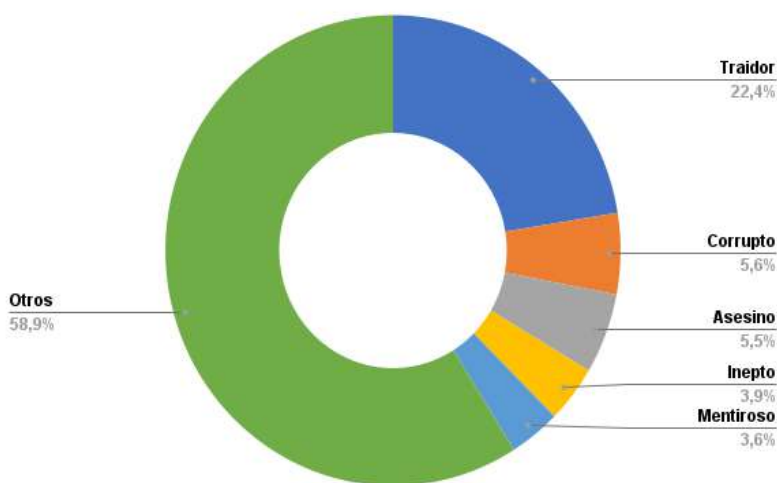
El caso de Moreno no es tan lejano al de Piñera, los ecuatorianos lo califican mayormente como traidor y también se refieren a él como corrupto y asesino –ver Figura 4–. Son múltiples las denuncias de los ciudadanos tal como se observa en los siguientes tweets:

- #LeninChao. No basta con que el traidor y asesino de @lenin se largue. Tiene q pagar x cada ecuatoriano sin empleo, x cada ecuatoriano muerto x el desastre sanitario. X cada ecuatoriano q pudo recibir atención médica a tiempo. Este hijo de puta jamás tendrá paz #CacerolazoNacional. (Egas, 2020)
- El delincuente, corrupto mas grande de la historia del Ecuador se largo sin pena ni gloria sera que el nuevo presidente comienza a investigar la corrupción de su antecesor ? Veamos que pasa #AdiosMorenoDelincuente #LeninChao #ElPeorGobiernoDeLaHistoria. (Beta, 2021)

Los adjetivos empleados se articulan a las denuncias que los ciudadanos hacen sobre la actuación represiva de la fuerza pública contra civiles, actuaciones que califican como «crímenes de lesa humanidad». Asimismo, se denomina la gestión de Moreno como inepta y su gobierno como mentiroso y corrupto.

Figura 4

F_n



Nota: elaboración propia

La comparación de los adjetivos que los usuarios atribuyen a los dos mandatarios determina que ambos son calificados como asesinos y acusados por crímenes de lesa humanidad, se observa en los tweets que se les asignan estos calificativos debido a los permanentes ataques que hacen los miembros de la fuerza del orden público y los militares hacia los civiles durante las movilizaciones. Como se lee en esta publicación de Twitter dirigida a Moreno: “Ya con la derogación del decreto 883 en

Ecuador, no se nos pueden olvidar los crímenes de lesa humanidad ocurridos en estos 11 días. @Lenin Moreno debe pagar por los muertos” (Flores, 2019). En este sentido, el uso de los adjetivos por parte de los usuarios, manifiestan la percepción que estos tienen de la gestión de la crisis. Calificación –#PiñeraAsesino, 24221; #LeninAsesino, 108– que en Twitter tiene un efecto viral.

¿A Qué Hacen Mención los Tweets?

Después de identificar los adjetivos empleados en las publicaciones, se indaga en la relación que tienen con la imagen, reputación y gestión de los líderes políticos –ver Tabla 3–; y se constata que, en los dos casos, el mayor porcentaje de los tweets hace referencia a la imagen, reputación y gestión de ambos mandatarios.

Tabla 3

¿El tweet hace mención a la imagen, reputación, gestión del líder?

	Piñera	Moreno
Imagen	36,36%	38,73%
Reputación	24,60%	34,54%
Gestión	24,50%	23,93%
Liderazgo	14,54%	2,79%

Nota: elaboración propia

Es interesante leer este resultado a la luz de las temáticas que proponen los tweets. Para esto, se agrupan los tweets en las categorías: liderazgo, gobernabilidad y gestión y se hace un análisis pormenorizado del contenido. Como resultado en el caso de Piñera, su liderazgo se califica como nefasto e inexistente en

el ámbito internacional. Los usuarios señalan que debe aprender a gobernar, que es incapaz y que no puede hacerlo sin el respaldo de los militares. Asimismo, manifiestan que «tuvieron que pasar por varias crisis para entender que la derecha no debe gobernar». Incluso, piden que sea declarado como «inhabilitado mental para gobernar».

Cuando hablan de su gestión hacen referencia a los miles de muertes durante la pandemia de la COVID-19 a causa de la estrategia de desconfinamiento. También señalan que al presidente le preocupa más resguardarse y prepararse para las manifestaciones que trabajar en la gestión de la pandemia. Critican la gestión del Post natal en la pandemia, puesto que la crisis afectó mayormente a los lactantes, en este sentido, los padres demandaban al estado una extensión del plazo establecido por ley para poder ausentarse del trabajo y facilitar así el cuidado de los menores contagiados por el virus.

Señalan malversación de fondos del Estado por la compra de carros blindados para controlar las protestas. Asimismo, se quejan de la represión policial y gestión gubernamental frente a la crisis y comparan la gestión de Sebastián Piñera con la de Pinochet, señalándole como la segunda peor de la historia del país.

De la misma forma se analizan los tweets de Ecuador y se leen frases como: “renunciar si no tiene la capacidad y liderazgo para enfrentar la crisis y dar paso a un gobierno de consenso nacional” (Paredes, 2020), o “el Presidente Lenín Moreno ha faltado el respeto al país con su mal liderazgo” (Villacres, 2019). Cuando se analiza la gobernabilidad de Moreno, denuncian que “Lenin representa la ineptitud e incapacidad para gobernar, su

desgobierno fue mantenido por la prensa y banqueros, que se vaya Lenin” (Ecuador, 2021), esto condice con uno de los *hashtags* más utilizados, #FueraLenin.

También lo acusan de “corrupto, por inepto, por indolente, por mediocre, por entreguista, por antipatriota, no sabe gobernar un país” (Ulises-Alexander-C., 2020), algunos sostienen que «ha quebrado al país, no tiene capacidad para gobernar y solo hay perjuicio para el pueblo, es el peor presidente de la historia».

Y, cuando se hace el análisis de los tweets relacionados con su gestión, los ciudadanos sostienen que “son tres años del peor gobierno de Lenin, cacerolazo en rechazo a su gestión, que se vaya Lenin” (Colectivo Izquierdas, 2020), esto ya se origina en un contexto de estallido social y protestas contra el gobierno. El cacerolazo se produce en rechazo a las medidas económicas de Lenin y su pésima gestión, lo acusan de “no cobrar impuestos a los grandes evasores” (Enver-Stalin, 2020). Si bien, el contexto es un marco esencial en el análisis de la gobernabilidad de un país, también es cierto que el liderazgo juega un papel fundamental en la toma de decisión y gestión política gubernamental, porque es el eje articulador de los públicos, la persona que motiva, moviliza e influye en la planeación de estrategias y celeridad en la resolución de conflictos (Munayco-Blanco y Bojórquez-Meneses, 2021). Y, en el caso de Piñera y Moreno, no representan un liderazgo para los ciudadanos.

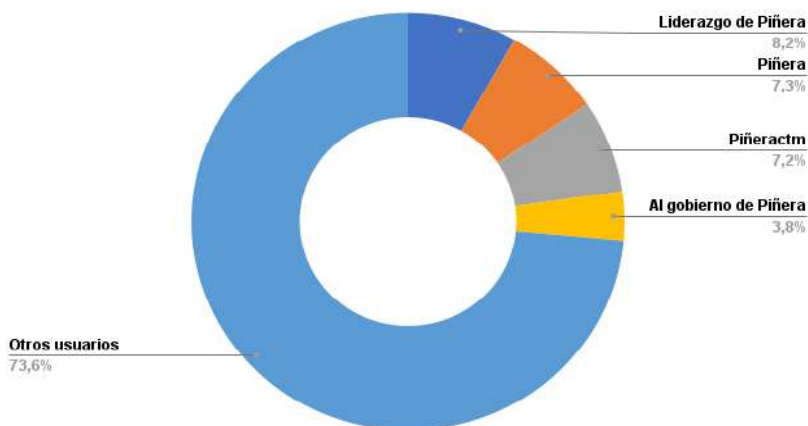
Direccionamiento de los Tweets

Cuando observamos el direccionamiento de los tweets, en el caso de Chile, los usuarios se refieren al liderazgo de Piñera, al mismo presidente y su gobierno –ver Figura 5–. Representado en

tweets que manifiestan lo siguiente: “#EstoNoHaTerminado es TT mundial. No pensé que el #LiderazgoDePiñera pudiera caer tan bajo. Las alternativas para @SebastianPinera son –no excluyentes–: Destitución con Acusación Constitucional o proceso por crímenes de lesa humanidad” (Saeta-del-Sur, 2019)

Figura 5

Direccionamiento de los tweets de Chile



Nota: elaboración propia

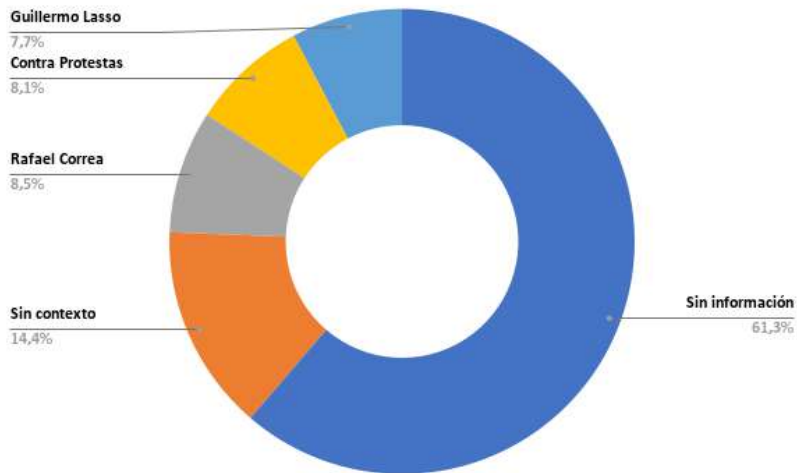
En sus publicaciones –los usuarios– refieren que el liderazgo de Piñera es causante de la crisis que está viviendo Chile, los comentarios también tienen cierta ironía como la siguiente publicación:

Aquí dejo mi resumen del discurso del presidente. Un feliz llamado a la unidad y a la paz, como nos tiene

acostumbrados. #liderazgodepiñera (lean rápido antes que se lo vuele el viento). (Novena-Colmena, 2019)

Figura 6

Direccionamiento de los tweets de Ecuador



Nota: elaboración propia

En cambio, al analizar a quién hace referencia el corpus de los tweets de Ecuador, se puede observar que muchos no tienen contexto e información y otros se enfocan en el ex mandatario Rafael Correa, las protestas y el presidenciable del Movimiento CREO, Guillermo Lasso. Como lo ejemplifican los siguientes tweets:

- “Exportaremos a #Colombia de manera permanente, electricidad por un valor de USD 100 millones de dólares anuales”. Gracias @MashiRafael por todas las hidroeléctricas. #LenínChao. (Hidalgo, 2020)

- ¡Pobre don Guille! X la ambición del poder político, termina d titiritero a títere. ¡Cómo lo manejan! Qué afán hay en desnudarlo al ridículo, haciéndolo decir palabras q no siente, vistiéndolo en ropa juvenil, pero en escapatate viejo. ¡Pobre! La vice q ayude en gustos, ¡please! (Castillo, 2021)
- #Protestas #MedidasEconómicas #NoAlRecorte #Manifestaciones #Trabajadores #Ecuador #Covid19Ec #CoronaVirusEnEcuador #MorenoEsCorrupcion #LeninElPuebloDiceBasta #LeninChao. (La Insoportable Levedad del Ser, 2020)

Conclusiones

En este estudio se evidencia que la democratización (Javaloy et al., 2001) de las redes sociales permite a los ciudadanos elevar su voz, movilizarse, participar activamente, «ejercer presión» física y mediática, e incluso incidir en los cambios que se dan en las decisiones gubernamentales. Considerando el efecto viral que tienen las publicaciones «negativas» en la red, la crisis se posiciona en el *top of mind* de los usuarios e invade la opinión de los ciudadanos relacionando el liderazgo de los mandatarios y su gestión, concluyendo en su incapacidad para gobernar.

Además, la prevalencia del uso de *hashtags* en las publicaciones de los ciudadanos genera conexiones que aglutinan información temática, dinámica que se suma a la presión mediática que ejercen las movilizaciones ciudadanas. En este sentido, cabe preguntarnos lo que algunos expertos plantean: “si las redes sociales en general ayudan o dificultan los procesos democráticos y la democracia en sí misma”, ¿facilitan o entorpecen la gestión gubernamental? (Zechmeister y Lupu, 2018-2019, p. 4).

En los casos estudiados, se pudo observar que la primacía de la comunicación de los mandatarios en su estrategia en Twitter se enfoca en resguardarse y contrarrestar las manifestaciones, más que trabajar en la gestión de la crisis. En el caso chileno, las manifestaciones violentas concluyeron con un plebiscito realizado el 25 de octubre de 2020, que tuvo como resultado una nueva Constitución (2008), que fue redactada por miembros elegidos que conformaron una convención constitucional. En el caso ecuatoriano, después de once días de luchas y movilizaciones, el gobierno se vio obligado a derogar el Decreto 883 (2019), dialogar y firmar un acuerdo que puso fin al conflicto. En ambos casos, como resultado se observa que “[...] los movimientos sociales sobrepasaron al sistema político forzando el cambio” (Corporación Latinobarómetro, 2020).

En esta investigación se evidencia que, en las situaciones de crisis, el daño a la reputación suele estar relacionado positivamente con las percepciones de responsabilidad por la crisis y las características específicas de la situación de crisis como es el caso de las protestas ciudadanas y pandemia (Coombs y Holladay, 1996, 2002; Coombs y Schmidt, 2000). Esto corrobora que los contextos de crisis influyen en el liderazgo y reputación de los mandatarios. En el caso particular de los países analizados, se genera una crisis de confianza, la institucionalidad del gobierno pierde legitimidad, un factor crucial para la supervivencia de las organizaciones públicas (Mergel, 2013). Más aún en el contexto latinoamericano, “una región vulnerable que está abierta a los populismos y regímenes antidemocráticos, con un claro retroceso de las democracias” (Corporación Latinobarómetro, 2023).

Referencias

- Adebayo, J., Tiziana, M., Virdee, K., y Friedman, C. (2014). An exploration of social identity: The structure of the BBC news-sharing community on Twitter. *Complexity*, 19(5), 55-63. <https://doi.org/10.1002/cplx.21490>
- Amoroso-Botelho, J. C. y López-Varas, M. Á. (2023). “Hay gobierno, soy contra”. El ciclo de las oposiciones en América Latina. *Estudios internacionales (Santiago)*, 55(204), 71-95. <https://doi.org/10.5354/0719-3769.2023.69270>
- Aragón, P., Kappler, K. E., Kaltenbrunner, A., Laniado, D., y Volkovich, Y. (2013). Communication dynamics in Twitter during political campaigns: The case of the 2011 Spanish national election. *Policy & internet*, 5 (2), 183-206. <https://doi.org/10.1002/1944-2866.POI327>
- Banco Mundial. (s. f). *Chile Panorama general*. World Bank. <https://www.bancomundial.org/es/country/chile/overview>
- Barragán-Manjón, M., Abad-Cisneros, A., Rivas-Otero, J. M., Goyburu, L., Cruz, F., Tricot, V., y Barrientos-Garrido, M. R. (2020). América Latina 2019: Vuelta a la inestabilidad. *Iberoamericana*, 20 (73), 205-41. <https://doi.org/10.18441/ibam.20.2020.73.205-241>
- Beto [@betofrcsb]. (25 de mayo de 2021). *El delincuente, corrupto mas grande de la historia del Ecuador se largo sin pena ni gloria sera que el nuevo presidente comienza a investigar la corrupción de su antecesor ? Veamos que pasa #AdiosMorenoDelincuente #LeninChao #EIPeorGobiernoDeLaHistoria*. [Tweet]. X. <https://twitter.com/betofrcsb/status/1397188609766215688>

Billion, D. y Ventura, C. (2020). ¿Por qué protesta tanta gente a la vez? Nueva

sociedad, (286), 37-52. <https://search.proquest.com/openview/f5b44a6e48441fc30be846776fcd57e0/1?pq-origsite=gscholar&cbl=27984>

Canel, M. J. (2012). Government communication in Spain. Leaving behind the legacies

of the past. /Paper presentado en la convención anual de la International Communication Association, Seattle, Mayo.

Canel, M. J., Luoma-aho, V., y Barandiarán, X. (2020). Public sector communication and publicly valuable intangible assets. *The Handbook of Public Sector Communication*, 101-114. <https://doi.org/10.1002/9781119263203.ch6>

Castells, M. (2008). Comunicación, poder y contrapoder en la sociedad red (I). Los medios y la política. *Telos*, 74, 1-19.

Castillo, L [@connection53]. (24 de febrero de 2021). *¡Pobre don Guille! X la ambición del poder político, termina d titiritero a títere. ¡Cómo lo manejan! Qué afán hay en desnudarlo al ridículo, haciéndolo decir palabras q no siente, vistiéndolo en ropa juvenil, pero en escaparate viejo. ¡Pobre! La vice q ayude en gustos, ¡please!* [Tweet]. X. <https://twitter.com/connection53/status/1364741788347617283>

Chaudhry, I. (2014). Arab Revolutions: Breaking fear|# hashtags for change: Can Twitter generate social progress in Saudi Arabia. *International Journal of Communication*, 8, 19. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/2362>

Chavero, P. (2013). Medios de comunicación y redes sociales en las democracias actuales: ¿Complementariedad o sustitución? Una aproximación al caso español. *In Ciberpolítica: las nuevas formas de acción y comunicación políticas*, pp. 121-146. Tirant Humanidades.

Colectivo Izquierdas [@Clzquierdas]. (24 de mayo de 2020). #CacerolazoNacional24M contra un gobierno que insiste mintiendo con respecto a la deuda externa. Luego de 3 años insiste en argumentar un “saqueo” por el gobierno del cual él mismo fue vicepresidente. Conchudo, mentiroso, arribista. [Tweet]. X. <https://twitter.com/Clzquierdas/status/1264604486623993856>

Constitución de la República del Ecuador [CRE]. Registro Oficial 449 de 20 de octubre de 2008. https://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/documents/old/constitucion_de_bolsillo.pdf

Coombs, W. T. y Holladay, S. J. (1996). Communication and attributions in a crisis: An experimental study in crisis communication. *Journal of public relations research*, 8(4), 279-295. https://doi.org/10.1207/s1532754xjpr0804_04

Coombs, W. T. y Holladay, S. J. (2002). Helping crisis managers protect reputational assets: Initial tests of the situational crisis communication theory. *Management communication quarterly*, 16(2), 165-186. <https://doi.org/10.1177/089331802237233>

Coombs, W. T. y Holladay, S. J. (2009). Further explorations of post-crisis communication: Effects of media and response strategies on perceptions and intentions. *Public relations review*, 35(1), 1-6. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2008.09.011>

- Coombs, W. T. y Schmidt, L. (2000). An empirical analysis of image restoration: Texaco's racism crisis. *Journal of Public Relations Research*, 12 (2), 163-178. https://doi.org/10.1207/S1532754XJPRR1202_2
- Corporación Latinobarómetro. (2020). *Informe Chile 2020*. <https://media.elmostrador.cl/2021/01/INFORME-CHILE-2020-2.pdf>
- Corporación Latinobarómetro. (2021). *Informe 2021. Adiós Macondo*. <https://www.latinobarometro.org/lat.jsp>
- Corporación Latinobarómetro. (2023). *Informe Latinobarómetro 2023: La recesión democrática de América Latina*. <https://www.latinobarometro.org/lat.jsp>
- Cué, C. E. y Montes, R. (18 diciembre de 2017). Piñera gana las elecciones en Chile con una diferencia clara de nueve puntos. *EL PAÍS* [Portal informativo]. https://elpais.com/internacional/2017/12/17/america/1513524486_934861.html
- Cumbre Iberoamericana de Comunicación Estratégica [CIBECOM]. (2017). Avances y tendencias en comunicación, reputación, sostenibilidad y transparencia. Aprendizajes #CIBECOM 2017. *Corporate Excellence. Centre for Reputation Leadership*. https://content.gnoss.ws/doclinks/48/4862/4862e60b-0717-dbf6-0cca-bd01fc9f34f7/es/aprendizajes-cibecom-2017_f0ab225f-29d1-2989-ff6c-275f3fe11eea.pdf
- Decreto Ejecutivo No 883 de 2019 [Presidencia de la República del Ecuador]. Sobre la reforma del Reglamento Sustitutivo para la Regulación de los Precios de los Derivados de los Hidrocarburos. 01 de octubre de 2019.

Ecuador. [@Ecuador1998_]. (24 de mayo de 2021). *Nunca más recaderos del FMI; no más recortes en salud y educación. Ecuador no merecía tanta ineptitud. #LeninChao* [Tweet]. X. https://twitter.com/Ecuador1998_/status/1396853769401421828

Egas, E. [@EnriqueEgasM]. (24 de mayo de 2020). *#LeninChao. No basta con que el traidor y asesino de @lenin se largue. Tiene q pagar x cada ecuatoriano sin empleo, x cada ecuatoriano muerto x el desastre sanitario. X cada ecuatoriano q pudo recibir atención médica a tiempo. Este hijo de puta jamás tendrá paz #CacerolazoNacional.* [Tweet]. X. <https://twitter.com/EnriqueEgasM/status/1264554947712102404>

Elizalde, L., Fernández-Pedemonte, D., y Riorda, M. (2011). *La gestión del disenso: la comunicación gubernamental en problemas*. Colección Inclusiones: Serie Categorías. La Crujía Ediciones.

Eltantawy, N. y Wiest, J. B. (2011). The Arab spring Social media in the Egyptian revolution: reconsidering resource mobilization theory. *International Journal of Communication*, 5, 18. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/1242/597>

Enver Stalin. [@Enverstalin]. (24 de mayo de 2020). *Los problemas económicos no se resuelven reduciendo salarios @Lenin, hay otras alternativas: moratoria de la deuda externa, cobro a los grandes evasores de impuestos, aporte de los grandes empresarios, renegociación de contratos petroleros y con telefónicas #MorenoNoTeCreo* <https://t.co/XFegcZLcGH>. [Tweet]. X. <https://twitter.com/Enverstalin/status/1264607372674203650>

- Flórez, O. [@OscarFlorezO]. (14 de octubre de 2019). *Ya con la derogación del decreto 883 en Ecuador, no se nos pueden olvidar los crímenes de lesa humanidad ocurridos en estos 11 días. @LeninMoreno debe pagar por los muertos. #VictoriaDelPuebloEcuatoriano #EcuadorDerrotaAIFMI #LeninAsesino.* [Tweet]. X. <https://twitter.com/OscarFlorezO/status/118369740606553409>
- Gallardo, R. (23 mayo de 2021). Llegan a Chile más de dos millones de dosis de Sinovac para continuar con el plan de vacunación contra el Covid-19. *La Tercera.* <https://www.latercera.com/nacional/noticia/llegan-a-chile-mas-de-dos-millones-de-dosis-de-sinovac-para-continuar-con-el-plan-de-vacunacion-contra-el-covid-19/L3A5ZBQI6JEKZKDIWMBVGIIYCA/>
- Gerbaudo, P. (2012). Tweets and the streets: Social media and contemporary activism. *Pluto Press.* <https://library.oapen.org/bitstream/handle/20.500.12657/30772/642730.pdf?sequence=1>
- Get Day Trends. (s. f.). <https://getdaytrends.com/>
- Gualda, E. y Borrero, J. D. (2015). La 'Spanish Revolution' en Twitter (2): Redes de hashtags (#) y actores individuales y colectivos respecto a los desahucios en España. *Redes. Revista hispana para el análisis de redes sociales*, 26 (1), 1-22. <https://doi.org/10.5565/rev/redes.535>
- Hidalgo, P. [@pacohidalgorc]. (24 de mayo de 2020). *"Exportaremos a #Colombia de manera permanente, electricidad por un valor de USD 100 millones de dólares anuales". Gracias @MashiRafael por todas las hidroeléctricas. #LenínChao.* [Tweet]. X. <https://twitter.com/pacohidalgorc/status/1264605191585902594>

- Javaloy, F., Espelt, E., y Cornejo, J. M. (2001). Internet y movimientos sociales: un enfoque psicosocial. *Anuario de psicología/The UB Journal of psychology*, 32 (2), 31-38. <http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/99046/1/506527.pdf>
- Jiménez-Yañez, C. (2020). # Chiledespertó: causas del estallido social en Chile. *Revista Mexicana de Sociología*, 82 (4). <https://revistamexicanadesociologia.unam.mx/index.php/rms/article/view/59213>
- Juris, J. S. (2012). Reflections on# Occupy Everywhere: Social media, public space, and emerging logics of aggregation. *American ethnologist*, 39 (2), 259-279. <https://doi.org/10.1111/j.1548-1425.2012.01362.x>.
- Kaufmann, J., Sanginés, M., y Moreno, M. G. (2015). *Construyendo gobiernos efectivos. Logros y retos de la gestión pública para resultados en América Latina y el Caribe: Banco Interamericano de Desarrollo*. <https://dds.cepal.org/redesoc/publicacion?id=4022>
- La Insoportable Levedad del Ser. [@Mashi_Pablo]. (24 de mayo de 2020). #Protestas #MedidasEconómicas #NoAlRecorte #Manifestaciones #Trabajadores #Ecuador #Covid19Ec #CoronaVirusEnEcuador #MorenoEsCorrupcion #LeninElPuebloDiceBasta #LeninChao. [Tweet]. X. https://twitter.com/Mashi_Pablo/status/1265624052057735168
- Lima, L. (11 marzo de 2021). Coronavirus en Chile: cómo se explica que pese a la buena vacunación tenga la tasa de contagio más alta desde el peor momento de la pandemia. BBC News Mundo. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-56261426>

- Lotan, G., Graeff, E., Ananny, M., Gaffney, D., y Pearce, I. (2011). The Arab Spring| the revolutions were tweeted: Information flows during the 2011 Tunisian and Egyptian revolutions. *International Journal of Communication*, 5, 31. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/1246/643>
- Luzuriaga, E. y Baquerizo-Neira, G., (2021). Reputación on line de líderes políticos latinoamericanos. Caso Ecuador y Chile. *Repositorio Digital Proyectos de Investigación Universidad Casa Grande*.
- Luzuriaga-Uribe, E. y Baquerizo-Neira, G. (2021). Diversidad política femenina: ¿Cómo construyen y proyectan su imagen las mujeres ecuatorianas? *Número Especial RICE. Construcción más allá de los medios, educomunicación, instituciones y construcción cultural*, 8, 190-212. <https://www.gigapp.org/ewp/index.php/GIGAPP-EWP/article/view/258>
- McNair, B. (2017). *An introduction to political communication*. Taylor & Francis.
- Megáfono Popular. [@MegafonoPopular]. (30 de diciembre de 2019). *En Calle Irene Morales con Alameda sigue llegando gente al lugar donde murió Mauricio Fredes tras encerrona de carabineros. COMPAÑERO MAURICIO FREDES TU MUERTE NO SERÁ EN VANO. ¡Hasta la Victoria! #PiñeraEIPlayas #PiñeraAsesino*. [Tweet]. X. <https://t.co/5WLy9XEmTg>
- Mergel, I. (2013). A framework for interpreting social media interactions in the public sector. *Government information quarterly* 30 (4), 327-334. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2013.05.015>

Millán-Valencia, A. (26 de marzo de 2020). Coronavirus: ¿por qué Ecuador tiene el mayor número de contagios y muertos per cápita de covid-19 en Sudamérica? *BBC News Mundo* [Portal informativo]. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-52036460>

Moya-Sánchez, M. y Herrera-Damas S. (2016). Cómo medir el potencial persuasivo en Twitter: propuesta metodológica. *Palabra Clave*, 19 (3), 838-867. <https://doi.org/10.5294/pacla.2016.19.3.7>

Munayco-Blanco, M. R. V. y Bojórquez-Meneses, M. S. L. (2021). El liderazgo en la gestión pública: el poder del cambio. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(6), 13730-13739. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i6.1353

Murthy, D. (2018). *Twitter*. Polity Press.

Novena Colmena [@novenacolmena]. (28 de noviembre de 2019). Aquí dejo mi resumen del discurso del presidente. Un feliz llamado a la unidad y a la paz, como nos tiene acostumbrados. #liderazgodepiñera (lean rápido antes que se lo vuele el viento). [Tweet]. X.

<https://twitter.com/novenacolmena/status/1200130122784878597/photo/1>

Olivares, A. y Medina, P. (2020). La persistente debilidad institucional de Ecuador: Protestas, elecciones y divisiones políticas durante el 2019. *Revista de ciencia política (Santiago)*, 40(2), 315-349. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-090X2020005000110>

- Olivares, N. M. (2018). Cumplimiento de propuestas programáticas: Michelle Bachelet (2006–2010) y Sebastián Piñera (2010–2014). *Política. Revista de Ciencia Política*, 56 (1), 37–59. <https://doi.org/10.5354/0719-5338.2018.58133>
- OccupyGezi. [@OccupyGezi]. (2013). [Tweet]. X. <https://twitter.com/occupygezi?lang=es>
- Ortiz-Galindo, R. (2016). Los cibermovimientos sociales: una revisión del concepto y marco teórico. *Communication & Society* 29 (4), 165–183. <https://doi.org/10.15581/003.29.35813>
- Paredes, N. [@Nicole76384202]. (24 de mayo de 2020). De manera clara y enfática hemos dicho: Si el Gobierno de @Lenin y @ottosonnenh no tiene capacidad (como ya lo ha demostrado) de manejar la crisis y sacar el país adelante debe dar paso a un GOBIERNO DE CONSENSO NACIONAL, por vía constitucional. #LenínChao. [Tweet]. X. <https://twitter.com/Nicole76384202/status/1264562096089567236>
- Patriotta, G., Schultz, F., y Gond, J. P. (2008). The institutional work of justification: how actors make sense of disruptive events. In the 24th EGOS Colloquium, Amsterdam: European Group for Organizational Studies.
- Paúl, F. (23 octubre de 2019). Protestas en Chile: 4 claves para entender la furia y el estallido social en el país sudamericano. *BBC News - Mundo* [Portal informativo]. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-50115798>
- Penney, J. y Dadas, C. (2014). (Re) Tweeting in the service of protest: Digital composition and circulation in the Occupy Wall Street movement. *New Media & Society*, 16 (1), 74–90. <https://doi.org/10.1177/1461444813479593>

Pérez-Torres, L. (2019). Cronología del paro en Ecuador, y lo que vino después. *Deutsche Welle* [Portal informativo]. <https://www.dw.com/es/cronolog%C3%ADa-del-paro-en-ecuador-y-lo-que-vino-despu%C3%A9s/a-51456988>

Presidencia de la República del Ecuador. (17 de marzo de 2020). *El presidente Lenín Moreno decreta Estado de Excepción para evitar la propagación del COVID-19*. [https://www.presidencia.gob.ec/el-presidente-lenin-moreno-decreta-estado-de-excepcion-para-evitar-la-propagacion-del-covid-19/#:~:text=%E2%80%9320La%20noche%20de%20este%20lunes,coronavirus%20\(COVID%2D19\)](https://www.presidencia.gob.ec/el-presidente-lenin-moreno-decreta-estado-de-excepcion-para-evitar-la-propagacion-del-covid-19/#:~:text=%E2%80%9320La%20noche%20de%20este%20lunes,coronavirus%20(COVID%2D19)).

Primicias. (2021). A dos meses de terminar su mandato, el gobierno de Moreno se desmorona. *Primicias* [Portal informativo]. <https://www.primicias.ec/noticias/politica/acabar-mandato-gobierno-moreno-desmorona/>

Rebolledo, M. (2016). La personalización de las campañas electorales en España y Francia: estudio comparado de los anuncios televisivos en el siglo XXI [Tesis doctoral] Universidad de Navarra- Université Paris-Est. <https://theses.hal.science/tel-04125837/document>

Rebolledo, M. (2017). La comunicación política en tiempos de incertidumbre. *Revista Nuevas Tendencias*, (99), 16-20. <https://doi.org/10.15581/022.34293>

Rivera, S. (2019). Confianza y participación política en América Latina. *Revista mexicana de ciencias políticas y sociales*, 64(235), 555-583. <https://doi.org/10.22201/fcps.2448492xe.2019.235.65728>

- Rodríguez-Virgili, J., López-Escobar, E., y Tolsá, A. (2012). La percepción pública de los políticos, los partidos y la política, y uso de medios de comunicación. *Comunicación y Sociedad*, XXIV(2), 7-40. <https://doi.org/10.15581/003.24.36213>
- Roma [@roma_zepam]. (12 de diciembre de 2019). *Posibles violaciones a los DDHH?!!!*
váyanse a la csm!! Piñera asesino! Tienen las manos con sangre todos los de este gobierno! #PiñeraAsesino. [Tweet]. X. https://twitter.com/roma_zepam/status/1205134474822004736
- Saeta del sur [@saetaelcantar]. (26 de octubre de 2019). *#EstoNoHaTerminado es TT mundial. No pensé que el #LiderazgoDePiñera pudiera caer tan bajo. Las alternativas para @SebastianPinera son (no excluyentes): Destitución con Acusación Constitucional o proceso por crímenes de lesa humanidad.* [Tweet]. X. <https://t.co/up3kxMKND8>
- Said-Hung, E. y Valencia-Cobos, J. (2017). Twitter y movilización social en Venezuela. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, 32. <https://doi.org/10.17666/329404/2017>
- Sanders, K. y Canel, M. J. (2015). Mind the gap: Local government communication strategies and Spanish citizens' perceptions of their cities. *Public Relations Review*, 41(5), 777-784. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2015.06.014>
- Sandra #BoricNoEstaSolo [@SandralsabelB]. (16 de noviembre de 2019). *AcusacionParaPiñeraYa por tod@s l@s que ya no están, por todos los mutilados, los torturados, los violados... No te salvarás ctm! #Pinera25Muertos #PiñeraAsesino #ChileViolatesHumanRights #NegroMatapacos.* [Tweet]. X. <https://twitter.com/SandralsabelB/status/1195882848026320898>

- Schultz, F., Utz, S., y Göritz, A. (2011). Is the medium the message? Perceptions of and reactions to crisis communication via twitter, blogs and traditional media. *Public relations review*, 37(1), 20-27. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2010.12.001>
- Theocharis, Y., Lowe, W., Van-Deth, J. W., y García-Albacete, G. (2015). Using Twitter to mobilize protest action: online mobilization patterns and action repertoires in the Occupy Wall Street, Indignados, and Aganaktismenoi movements. *Information, Communication & Society*, 18 (2), 202-220. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2014.948035>
- Torres-Nabel, L. C. (2015). ¿Quién programa las redes sociales en Internet? El caso de Twitter en el movimiento# Yosoy132 México. *Revista Internacional de Sociología*, 73 (2), e010-e010. <https://doi.org/10.3989/ris.2013.05.29>
- Tumasjan, A., Sprenger, T. O., Sandner, P. G., y Welpe, I. M. (2011). Election forecasts with Twitter: How 140 characters reflect the political landscape. *Social science computer review*, 29 (4), 402-418. <https://doi.org/10.1177/0894439310386557>
- Ulises Alexander C. [@UlisesCarofilis]. (24 de mayo de 2020). #LeninChao Por corrupto, por inepto, por indolente, por mediocre, por entreguista, por antipatriota, por no saber mandar mi dirigir a un país y por dejarnos en la inmunda #FueraMorenoFuera #Ecuador #InformeALaNacion2020 #. [Tweet]. X. <https://twitter.com/UlisesCarofilis/status/1264620266031919104>
- Urrejola, J. (2019). La cronología del estallido social de Chile. *Deutsche Welle* [Portal informativo]. <https://www.dw.com/es/la-cronolog%C3%ADa-del-estallido-social-de-chile/a-51407726>

- Valenzuela, S., Somma, N. M., Scherman, A., y Arriagada, A. (2016). Social media in Latin America: deepening or bridging gaps in protest participation? *Online Information Review*, 40 (5), 695-711. <https://doi.org/10.1108/OIR-11-2015-0347>
- Vallina-Rodríguez, N., Scellato, S., Haddadi, H., Forsell, C., Crowcroft, J. and Mascolo, C., (2012, Septiembre 8-11). Los Twindignados: The Rise of the Indignados Movement on Twitter [Conference presentation]. International Conference on Privacy, Security, Risk and Trust and Social Computing 2012, Amsterdam, Netherlands. <https://ieeexplore.ieee.org/xpl/conhome/6403618/proceeding>
- Varnali, K., y Gorgulu, V. (2015). A social influence perspective on expressive political participation in Twitter: the case of #OccupyGezi. *Information, Communication & Society*, 18 (1), 1-16. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2014.923480>
- Villacrés Ch., Luis [@Luis_Villacres]. (13 de octubre de 2019). *Paremos esto ya. Artículo 130 #MuerteCruzadaYa #SOSEcuador. Cuántos más tienen que caer para que este gobierno sepa q ya no lo queremos #FueraLenin. @PoliciaEcuador. @FFAAECUADOR A quién apuntan y reprimen, son tus hermanos, #NoLoHagas soldados y policias* <https://youtu.be/qsAYwqzdFJ4>. [Tweet]. X. https://twitter.com/Luis_Villacres/status/1183254109887053824
- Zamora-Medina, R. y Zurutuza-Muñoz, C. (2014). Campaigning on Twitter: Towards the “personal style” campaign to activate the political engagement during the 2011 Spanish general elections. *Communication & Society*, 27 (1), 83-106. <https://doi.org/10.15581/003.27.1.83-106>

Zechmeister, E., y Lupu, N. (2019). Introducción. *El pulso de la democracia*. LAPOP. https://www.vanderbilt.edu/lapop/ab2018/2018-19_AmericasBarometer_Regional_Report_Spanish_W_03.27.20.pdf