



La construcción de la Opinión Pública en Ecuador a partir de la participación política en redes sociales.

Construction of public opinion in Ecuador from political participation in social networks.



Daniel – Fernando López – Jiménez

Facultad de Comunicación

Universidad de Los Hemisferios

Doctor en Economía Aplicada por la Universidad Rey Juan Carlos, Master en Sociedad de la información y del conocimiento, Master en Evaluación de Impacto Ambiental, Comunicador social y periodista, especialista en gerencia de proyectos y en periodismo económico. Actualmente, Decano de la Facultad de Comunicación y Director de Investigación de la Universidad de Los Hemisferios (Ecuador). Investigador del Centro de Altos Estudios de Internet y Sociedad de la Información. Ha publicado más de 20 artículos en el campo de la comunicación y de gestión del conocimiento. daniell@uhemisferios.edu.ec

RECIBIDO: 30 de mayo de 2016

ACEPTADO: 15 de agosto de 2016

Resumen

Esta investigación pretende determinar el papel que juegan los principales líderes de opinión ecuatorianos en la conformación de la opinión pública de su país, especialmente en la vertiente política, a través del análisis de sus intervenciones en las principales redes sociales (Twitter y Facebook). Se ha monitoreado la producción de contenidos en esas dos redes de 12 sitios importantes de Ecuador, elegidas en función de su intensidad, y del engagement con sus audiencias (volumen de retwits, de likes). Otra variable que hemos medido es la objetividad/subjetividad junto a la de información/opinión.

Palabras clave

Líderes de opinión, opinión pública, Ecuador, política, plataformas de redes sociales.

Abstract

This research aims to establish the role of the main Ecuadorian opinion leaders in shaping public opinion, especially on political matters, through an analysis of their activity on social networks (Twitter and Facebook). We monitored the Twitter and Facebook content production of 12 important sites in Ecuador, chosen for their intensity and engagement with their audiences (retweets and volume of likes). Another variable that we measured was the objectivity/subjectivity of the information/opinion.

Keywords

Leaders of opinion, public opinion, Ecuador, politics, social media

1. INTRODUCCIÓN

La presente investigación se enmarca en el proyecto en red denominado Participación política digital en el contexto del capitalismo digital: Latinoamérica, Portugal y España, que dirige el profesor Manuel Robledo desde la Universidad Complutense de Madrid, y que para el caso ecuatoriano, lidera la Facultad de Comunicación de la Universidad de Los Hemisferios, a través de su Centro de Altos Estudios de Internet y Sociedad de la Información. Ecuador fue escogido para el estudio, dado que en los últimos años, en el país se ha generado una gran participación en Internet y redes sociales por parte de la población ecuatoriana, algunos a favor del régimen y otros opuestos al gobierno. Como hallazgos significativos es de resaltar la identificación de dos tipos de líderes de opinión encontrados. Por un lado los “ciberactivistas”, con nombre y vocería propia, y los “ciberguerrilleros”, quienes se ocultan en el anonimato a través de sitios con algún tipo de seudónimo o nombre distractor. Gracias a las posibilidades técnicas que aportan Internet y el uso masivo de las redes sociales, los ciudadanos/usuarios han ganado la posibilidad de expresarse de manera libre y sin restricción de contenido, generando informaciones y opiniones que antes pasaban desapercibidas. Hoy en día las personas que generan contenidos digitales adquieren cierta prédica social que aumenta en función del incremento de seguidores. Estas personas son conocidas como influencers ya que sus contenidos se vuelven virales (Criado, 2009: 3).

En los últimos años en Ecuador se ha generado una gran participación en Internet y redes sociales por parte de la población, algunos a favor del régimen y otros opuestos al gobierno. Cada vez con más frecuencia este tipo de participación ha dejado de ser el comentario aislado de un cibernauta y se ha convertido en toda una estrategia política en Internet.

En este posicionamiento radical, a favor o en contra de las actuaciones del Gobierno, encontramos que muchos líderes de opinión, están tomando posición con su presencia en las redes.

Con esta investigación se pretende identificar cuáles son los líderes de opinión en Internet, a los que hemos llamado “ciberactivistas” y “ciberguerrillas” que participan más activamente en redes sociales (Twitter y Facebook); y determinar la carga comunicativa de unos y otros ante la opinión pública (opinión/ información).

En definitiva, el objetivo general consiste en tipificar la participación política de los ciberactivistas y los ciberguerrilleros, a manera de líderes de opinión a través de las redes sociales más populares en Ecuador, para la comprensión de la estrategia comunicativa que se lleva a cabo en Internet.

2. ESTADO DE LA CUESTIÓN

La década de los años 90s trajo consigo, entre otras, la revolución de Internet, que en las tres décadas posteriores, la posicionaría como el “Medio de Medios” (Castells, 2005), o mejor el medio donde convergen todos los medios tradicionales de medios y los denominados nuevos medios. Más que el mero desarrollo tecnológico de interconexión entre redes privadas de comunicación digital, fue Internet la que marcó la emancipación comunicativa contemporánea, que puso en jaque las estructuras unidireccionales de los medios masivos de comunicación, en cuanto que la fue la propia Internet (red de redes) la que propició la participación activa de los ciudadanos en los asuntos noticiosos y coyunturales de la sociedad, y especialmente, en los temas relacionados con los asuntos políticos, que no significaron necesariamente la participación partidaria en política, sino que vislumbraron nuevas formas básicas de participación democrática, a través de la libre expresión, como se advierte en las investigaciones sobre el conflicto Palestino-israelita en la Franja de Gaza de Brantner, Lobinger, y Wetzstein (2011).

En este escenario, periodistas, académicos, políticos, grupos revolucionarios y ciudadanos comunes y corrientes encontraron el canal ideal para expresar sus ideas, a través de los denominados nuevos medios, especialmente los blogs, las páginas webs, los mails y los chats.

Antes de la llegada de Internet, la dominación propietaria de los medios masivos (Bell, 2006), y los intereses particulares de las agendas mediáticas habían dejado de lado a los ciudadanos, marginándolos de la posibilidad de expresar sus ideas en ámbitos masivos, salvo que fuese un sujeto específico de noticias, un funcionario público, artista, deportista o alguien de interés para el medio (Deltell, Claes, Osteso, 2012).

La combinación entre Internet y la necesidad de expresión de la ciudadanía -lo que podría llamarse la emancipación comunicativa-, produjo una explosión interactiva (Poell, Borra, 2012). comparable a los efectos de la invención de la imprenta, dado los efectos globales que tipificaron ambos fenómenos sociales.

Entrados los años 2000 aparecieron las llamadas “redes sociales”, a manera de plataformas digitales

que propiciaron el encuentro relacional de los ciudadanos a través de Internet. Este hecho tecnológico comunicacional encontró sociedades tipificadas por nuevas estructuras familiares, bajas tasas de natalidad, el reconocimiento de grupos ambientalistas, sexistas, raciales, religiosos, fans, entre otros (Castells, 2012a).

Las dinámicas relacionales que se venían sucediendo hasta entonces, de manera natural y espontánea en las sociedades tradicionales, en su esfera pública -que se realizaba a través del espacio físico de las plazas, parques, centros comerciales, escuelas, colegios y universidades, clubes deportivos entre otros-, fueron complementadas por las nuevas plataformas digitales que propiciaron la creación de redes sociales virtuales como Facebook, Twitter, Youtube, LinkedIn, Instagram, Snapchat, entre otras. Todas ellas especializadas en identificar patrones de comportamiento e intereses personales y grupales de los ciudadanos (Borge, 2005).

Y fue precisamente este hecho -la identificación de intereses personales-, lo que permitió la conformación de grupos sociales virtuales en torno a determinadas ideas (Porta, Mattoni 2011), que a pesar de los controles de algunos regímenes políticos que restringen el uso de Internet, hicieran que se sintieran seguros y animados a expresarse individual y colectivamente en torno a problemas específicos de sus países y comunidades (Castells, 2012b), a lo que Toffler (1980) llamaría “prosumidor”: un espacio en el que cada usuario puede convertirse en generador de contenido y no solo en consumidor.

Esta dinámica fue claramente evidenciada por los movimientos ciudadanos de Oriente Medio, a los que se denominó “Primavera Árabe” (2010-2013), (Moreno, 2011), en principio, como protesta a la dictadura del presidente egipcio, Hosni Mubarak (30 años en el poder), que finalmente terminaría con su derrocamiento, y que daría origen a similares efectos en Libia con la caída de Muamar el Gadafi (42 años en el poder), en Túnez con Zine El Abidine Ben Ali (24 años en el poder), y en Yemen con Ali Abdullah Saleh (21 años en el poder), (González, 2011). Para la publicación de este artículo, continuaban las protestas contra el régimen de Bashar Al Assad, presidente sirio, manifestaciones que en un principio compartían las mismas inspiraciones sociales en torno a las injusticias de los regímenes totalitarios y autoritarios de los países anteriores, sino que en este caso, sería el escenario ideal para la proliferación del grupo autodenominado Estado Islámico, de corte yihadista (Soengas, 2013).

En América Latina, producto del activismo virtual, también se han presentado manifestaciones sociales en torno a protestas específicas en cada país. En México, son significativos los estudios de Strikovsky Vestel, (2000), sobre la actividad ciberguerrillera del grupo Zapatista; en Colombia, en 2006 se congregó a más de 1.000.000 de personas a protestar contra los secuestros del grupo guerrillero de las FARC a partir del asesinato de 11 diputados que se encontraban secuestrados, a partir de una convocatoria estudiantil en Facebook, Said y Arcila (2011); en Venezuela, las manifestaciones anti gobierno que se vienen sucediendo (Bianchi, 2014), o las manifestaciones del atentado en España, del 15M español (Alonso, 2011).

También fueron significativas las protestas estudiantiles en Australia, analizadas por Maireder y

Schwarzenegger (2012), en los que se evidenciaba el papel fundamental de las redes sociales en su capacidad específica de convocatoria.

En el Ecuador, en los últimos años ha venido gestándose iniciativas personales de crítica al gobierno nacional a través de Facebook y Twitter, protagonizadas por periodistas que han sido despedidos o que han renunciado a su vinculación contractual con medios periodísticos en radio, televisión o prensa escrita, y que representa cierta credibilidad y reputación editorial (Albornoz, Albornoz, 2010). También han surgido ciudadanos con algún tipo de renombre que mantienen cierta actividad crítica a través de las mismas redes. A este grupo de activistas, que aunque no representan a ningún partido, grupo o colectividad determinada más allá de la confrontación expositiva de sus ideas en el marco de la libertad de expresión del estado de derecho ecuatoriano, que garantiza la Constitución Nacional de 2008, pueden identificarse como líderes de opinión (Rubio, 2000), por su alto nivel de seguidores en Facebook o Twitter (Said, Arcila, 2011), que de alguna manera por su posición contraria a las políticas del gobierno, también pueden denominarse como activistas políticos, aun sin pretensiones electorales (Rincón, 2011), y específicamente como ciberactivistas por utilizar el ciberespacio como plataforma de difusión de sus ideas (Tascón, Quintana, 2012). Solamente en los casos en que los líderes de opinión ocultan su identidad a través de un sitio, o algún anónimo, se podría afirmar que logran la connotación de ciberguerrilleros, en cuanto que podrían utilizar tácticas de oposición asociadas a los grupos guerrilleros típicos (Islas, 2015).

Las nuevas plataformas de redes sociales en Internet, e incluso en telefonía móvil, han permitido configurar un nuevo espacio de opinión pública, que podría denominarse ciberopinión pública por su connotación del ciberespacio (Milan, 2013). Sea desde el ejercicio de la participación política, del activismo de los grupos minoritarios, o de la simple opinión personal en una red social, si el efecto de conseguir adeptos o seguidores se cumple, podríamos estar a las puertas de una ampliación del concepto de opinión pública, más allá de las visiones nominalistas de la ciencia política (Habermas, 1988), de los científicos de la sociología (Allport, 1937), o de la influencia de los medios (Bouza, 2004), cuestiones que requerirán avanzar en los estudios del fenómeno social de Internet y sus efectos particulares.

Según, Casas (1999) la opinión pública está constituida por diferentes actores: medios de comunicación, contexto político, partidos políticos, electorado, las organizaciones no políticas y no gubernamentales, el gobierno de turno, y los líderes de opinión (Casas, 1999: 47). Desde esta mirada, la opinión pública está muy ligada a la participación política. Su marco conceptual, que proviene de la sociología y de la psicología social, utiliza multitud de recursos en la arena pública (Marqués, 2016: 135).

Es evidente que la opinión pública en nuestro tiempo atraviesa todas las actividades de la sociedad, y específicamente con el uso de Internet, ha permitido abrir espacios de expresión y de encuentro en pro de los intereses de todos los grupos sociales (Balardini, 2000: 35).

En el contexto de opinión pública y participación política surge la figura de los líderes de opinión, ciudadanos que por su reputación adquieren seguidores de conformidad con sus puntos de interés y sus

opiniones respecto a temas específicos.

Internet para los líderes de opinión, se ha convertido en una plataforma ideal para la difusión de sus ideas y la correspondiente suma de adeptos y seguidores (Treré, Cargnelutti, 2014). Tal como lo señala Ojeda (2010), las redes sociales son significativas para profundizar en los estudios de sus efectos y dimensiones dado el exponencial crecimiento de usuarios en todo el mundo, que para el año 2016 Facebook, contaban con más de 1,661 millones, y Twitter con 300 millones de usuarios en todo el mundo, según sus propios portales.

Facebook fue fundado en febrero del año 2004, con la misión de “to give people the power to share and make the world more open and connected”. Por su parte, Twitter apareció en marzo de 2006, con la misión de “ofrecer a todo el mundo la posibilidad de generar y compartir ideas e información al instante y sin obstáculos”. A diferencia de Twitter, que ofrece la posibilidad de escritura de 140 caracteres, Facebook permite un margen más amplio de escritura. Sin embargo, Twitter se ha consolidado como un espacio de difusión de ideas para periodistas, políticos, empresarios, artistas y celebridades en general, adquiriendo cierta atmósfera de reputación y autoridad, (Gerbaudo, 2012). Según Orihuela (2011,21), esta red social “ha completado el giro social que iniciaron los blogs a finales de los años noventa”. Por su parte Facebook, ha explorado los escenarios comerciales empresariales, además de su connotación inicial de red de amigos, lo que podría en un momento determinado ser un condicionante para el uso de difusión de ideas entre los líderes de opinión.

Finalmente, es necesario precisar que hemos llamado ciberactivistas a aquellos líderes de opinión que mantienen una considerable participación en redes sociales a través de la publicación de sus mensajes, y que mantienen un alto nivel de seguidores. Se caracterizan porque abiertamente publican su nombre y autoría de los mensajes; y, opinan permanentemente sobre temas políticos, económicos, sociales e incluso internacionales. Estrictamente no siguen los cánones tradicionales de la actividad política, en cuanto que no representan un partido político, o son en sí mismos candidatos políticos. Tampoco responden a una determinada agenda de elecciones políticas, (Fernández, 2012). Por su parte, llamamos ciberguerrilleros a los líderes de opinión, que publican a través de un sitio en redes sociales diversas opiniones en contra de alguna postura política específica, y donde su principal característica es el anonimato, seguramente por algún motivo específico desconocido para nuestra investigación. El concepto “guerrilla” es utilizado aquí no porque estos líderes constituyan acciones subversivas, sino por las tácticas de ocultamiento utilizadas en la guerra de guerrillas.

3. METODOLOGÍA

La investigación se ha estructurado en forma cualitativa, descriptiva y exploratoria. El Objeto de estudio está constituido por los mensajes emitidos por parte de los líderes de opinión, a través de las redes sociales de Facebook y Twitter, que operan en el Ecuador. Nuestro 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 Dijk¹ 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 (Gómez, 2013).

La población sujeto de estudio está comprendida por los líderes de opinión que pueden optar por una posición crítica o favorable sobre las acciones del gobierno. Para el efecto se escogieron 12 sitios, destacados por su intensidad comunicativa diaria o semanal, y por las referencias de un grupo de expertos académicos (6) de facultades de Comunicación del Ecuador (6), al que se les preguntó sobre los sitios más relevantes en materia de ciberactivismo. Por tratarse de una investigación no probabilística, se escogieron para el análisis la totalidad de las piezas de comunicación – mensajes–, publicadas en Twitter y Facebook, de los 12 sitios, en el período comprendido entre el 23 de noviembre y el 6 de diciembre de 2015. En total se analizaron 831 mensajes en Facebook y Twitter. En la Tabla 1 se clasificaron los sitios en dos grupos “ciberactivistas”, se denominó a aquellos que utilizan su nombre propio; y “ciber-guerrilleros”, a aquellos que utilizan un nombre para su sitio, pero aparecen el autor, o autores en un estado de anonimato.

Tabla 1. Distribución de los ciberactivistas y las ciberguerrillas

Sujetos de estudio	Mensajes Twitter	Mensajes Facebook	Ciberactivista	Ciberguerrillero	Seguidores
Carlos Vera	394		x		323,000
Janeth Hinostroza	57		x		134,000
Fundamedios	88		x		33,300
Ramiro Gonzáles	61		x		170,000
Martín Pallares	14		x		23,700
Mauricio Maldonado	41		x		2,772
El Mercico		17		x	98,402
Mashimauri		8		x	115,805
Fuera Correa Fuera	20			x	2,077
Levántate Ecuador		45		x	72,016
Más Anticorreísta		8		x	22,998
Unido Ecuador		78		x	23,694
Subtotales	675	156			
Total	831				

Clasificación propia (ciberguerrilla = anónimo)

1 Especialmente interesante su explicación sobre ACD en la entrevista que le realizó la revista Athenea Digital, 1: pp. 18-24 (primavera 2002). www.redalyc.org/articulo.oa?id=53700102

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 comprendida como el promedio diario de mensajes en Twitter o Facebook; la categoría “compartir ideologías”, en cuanto que demostrara 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 cuando, que no fueran “retwiteos” o la acción de “compartir” en Facebook”.


Las variables independientes que se han utilizado en esta investigación segmentaron los contenidos en función de su naturaleza política, económica social o internacional. Como variables dependientes se utilizaron para la valoración de los contenidos, las utilizadas en el modelo VAP de Pellegrini (1999):

- 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 2. Matriz de análisis cuanti - cualitativo

<i>Proyecto Ciberguerrillas - Opinión Pública en Internet - Ecuador</i>	
MATRIZ DE ANÁLISIS DE CONTENIDO	
Información general	Descripción
Cuenta del sitio	Unido Ecuador
Autor del sitio	Anónimo
Alias	<u>Unido Ecuador</u>

Lugar de edición	Quito				
Red de publicación	Facebook y página web				
Género del sitio (opinión / informativo)	Opinión				
Fecha de análisis	23 de Nov- 6 de dic.				
Auxiliar de investigación	Rafaela Peñaherrera				
Información cuantitativa del sitio	Total	Político	Económico	Social	Internacional
Número de piezas promedio al día (semana)	5.6	3.8	0.6	1.0	0.4
Número de piezas de contenido * (semana)	78.0	60.0	5.0	10.0	3.0
Número de piezas de contenido propio	60.0	49.0	2.0	8.0	1.0
Número de hashtag	7.0	5.0	0.0	2.0	0.0
Otros					
Información cualitativa de las piezas	Descripción noticia #1				
Nombre de la pieza	Todos a la asamblea				
Fecha de publicación	23 de noviembre- 2:14am				
Red de publicación	Facebook				
Texto completo publicación	#quelacallenocalle #ArchivenLasReformas Todos a la asamblea				
Género de la pieza (opinión / informativo)	Opinión				
Fotografía o video					
Número de compartidos	5				
Número de likes	46				

	Neutralidad	Claridad	Actualidad	Veracidad	Evidencias
Calificación contenido(1 a 5) 1= nada, 2=muy poco 3=poco 4=alto 5=muy alto	1	5	5	1	1
Personajes mencionados	Gobierno nacional (cuáles)	Funcionarios públicos (cuáles)	Gobierno locales (cuáles)	Empresarios (cuáles)	Otros (cuáles)
	Ninguno	Ninguno	Ninguno	Ninguno	Ninguno
	Sujetos	Sustantivos	Verbos	Adjetivos	Complementos
Palabras repetitivas	2	2	1	0	2
Frecuencia por cada palabra	1	1	1	1	1
Intencionalidad del sitio (análisis cualitativo)	Incentivar a las protestas políticas a la ciudadanía, a no aceptar lo que dice y hace el gobierno y la Asamblea. Busca incentivar a las marchas y a las huelgas				

Ejemplo de matriz de análisis propia

4. RESULTADOS

En relación con la intensidad de mensajes que se pudo observar en el período de tiempo estudiado, se observa en la Tabla 3 que Carlos Vera (ex- periodista) es el mayor ciberactivista con un total de 394 tuits, de los cuales 214, son de contenido político, convirtiéndose en el mayor ciberactivista político del país. Lo sigue César Ricaurte con 88 mensajes en total, sin embargo, y adicional a su ciberparticipación política (41), llama la atención la publicación de 40 mensajes de corte social, situación que puede explicarse en cuanto a que su fundación FUNDAMEDIOS, se dedica a la investigación de la situación de la libertad de prensa en el país. En intensidad de ciberparticipación política en anonimato (ciberguerrilla) aparece el sitio “Unido Ecuador” con 78 mensajes en Facebook, de los cuales 68 (87%) son de corte político. Adicionalmente, se observa como Janeth Hinostroza (periodista activa) es la mayor ciberactivista política, en proporción a sus mensajes, con un 88% de contenidos políticos, de un total de 57 en el mismo período. Por su parte, Ramiro Gonzáles también se destaca en cuanto que 35 de sus 61 tuits, son de corte político.

Tabla 3. Promedio de intensidad semanal de los sujetos de estudio

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	214	54%	80	20%	80	20%	20	5%	394	100%
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%
Facebook	Más Anticorreísta	Anónimo	5	63%	1	13%	2	25%	0	0%	8	100%
Facebook	Unido Ecuador	Anónimo	68	87%	1	1%	9	12%	0	1%	78	100%
Twitter	Fundamedios	Cesar Ricaurte	41	47%	4	5%	40	45%	3	3%	88	100%
Facebook	Levántate Ecuador	Anónimo	30	67%	2	4%	12	27%	1	2%	45	100%
Twitter	FUERA CORREA FUERA	Anónimo	11	55%	1	5%	4	20%	4	20%	20	100%
Facebook	MASHIMAURI	Anónimo	6	75%	0	0%	2	25%	0	0%	8	100%
Twitter	Mauricio Maldonado	Mauricio Maldonado	35	85%	3	7%	1	2%	2	5%	41	100%
Twitter	Ramiro González J	Ramiro González J	35	57%	6	10%	10	16%	10	16%	61	100%
Facebook	El Merciooco	Anónimo	10	59%	0	0%	6	35%	1	6%	17	100%

Clasificación propia

Un elemento significativo de las redes sociales como Facebook y Twitter es precisamente su capacidad para establecer relaciones sociales, no necesariamente de corte personal, sino en cuanto que las personas pueden demostrar que están de acuerdo o en desacuerdo con las opiniones de otras, sea a partir de un “me gusta”, o bien partir de un “retwiteo” o un hashtag. En esta línea es destacable el comportamiento relacional de Carlos Vera que en 283 de twitter incluyó uno de estos elementos; distribuidos así: 150 mensajes de carácter político de otras fuentes, 60 de corte económico, 45 de tipo social y 28 internacionales. Con menor intensidad, siguen esta práctica comunicativa, Janeth Hinostroza y César Ricaurte con 10 cada uno. Por el lado de los ciberguerrilleros el sitio “Levántate Ecuador registra 20 retwits y hashtags, de los cuales es significativo que 9 sean de corte político y 7 internacional. Por el contrario llama la atención que los sitios “Más anticorreísta”, “Unido Ecuador”, “Fuera Correa fuera”, no utilizan este recurso comunicativo para establecer relaciones grupales.

Tabla 4. Número de retwits y *hashtags*

Compartir ideología			Total de Retuits / hashtags									
Red Social	Nombre del sitio	Nombre del autor	T. político		T. económico		T. social		T. internacional		Total	Total %
Twitter	Carlos Vera	Carlos Vera	150	53%	60	0%	45	16%	28	10%	283	100%
Twitter	Martín Pallares	Martín Pallares	6	100%	0	17%	0	0%	0	0%	6	100%
Twitter	Janeth Hinostroza	Janeth Hinostroza	8	80%	0	8%	0	0%	2	20%	10	100%
Facebook	Más Anticorreista	Anónimo	0	58%	0	0%	0	15%	0	0%	0	100%
Facebook	Unido Ecuador	Anónimo	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	100%
Twitter	Fundamedios	Cesar Ricaurte	2	20%	0	2%	6	60%	2	20%	10	100%
Twitter	Levántate Ecuador	Anónimo	9	45%	2	2%	2	10%	7	35%	20	100%
Facebook	FUERA CORREA FUERA	Anónimo	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	100%
Twitter	MASHIMAURI	Anónimo	4	27%	0	2%	5	33%	6	40%	15	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	4%	2	20%	2	20%	10	100%
Twitter	El Mercico	Anónimo	10	36%	8	1%	5	1%	5	18%	12	100%

Clasificación propia

En relación con la tendencia que cada uno de los ciberactivistas o ciberguerrilleros demuestra hacia su propia opinión (subjetividad) o hacia la realidad de los hechos, que podría entenderse desde el desprendimiento emocional y el grado de cercanía al objeto (objetividad), el estudio arrojó los siguientes resultados de conformidad con la valoración metodológica a partir de las 5 categorías utilizadas para la medición ad hoc de la tendencia a opinar o a informar, para el efecto, al acercarse al valor 1, demostrará un grado mayor de tendencia a opinar, y al acercarse al valor 5, se podrá interpretar como una intensión a informar.

En este sentido, Carlos Vera fue calificado con un puntaje de 3.4, lo que podría interpretarse como una tendencia moderada a informar; donde se caracterizó la actualidad de sus mensajes con un 4.2, la claridad de sus ideas con 3.9, la veracidad con 3.2; y en menor medida, la presentación de evidencias con 2.8, y la neutralidad de sus posiciones con 2.7.

Por su parte, Janeth Hinostroza obtuvo un 3.1, reflejando una mayor intencionalidad de opinar en sus mensajes. La calificación estuvo compuesta de la siguiente manera: la actualidad de sus mensajes 3.8, con una calificación de 3.0, la veracidad y la presentación de evidencias, 3.3, la claridad de sus mensajes, y 2.8 la neutralidad de sus ideas.

En el caso de César Ricaurte director de FUNDAMEDIOS, se otorgó una calificación de 3.3, encontrando cierta tendencia moderada hacia la intención de informar. Sus mensajes fueron compuestos en relación con la actualidad con un 4.1, con 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.

El ciberactivista Ramiro González obtuvo una calificación de 3.2, lo que demuestra un equilibrio moderado entre la intención de opinar o de informar. Se destaca en su puntaje la actualidad con un 3.8,

seguido por un 3.3, por la claridad en sus ideas, 3.1 en la presentación de evidencias, 3.0, en la veracidad de sus comunicados, y un 2.7 en relación con la neutralidad de sus expresiones.

Ramiro Pallares, es entre los ciberactivistas el que obtuvo la menor calificación: 2.4. Este valor podría interpretarse como una tendencia mayor a opinar. En relación con la actualidad de sus comunicados, obtuvo una calificación de 2.9, seguido por la claridad de sus anuncios con 2.5, veracidad 2.4, neutralidad 2.3, y presentación de evidencias 2.0.

El sitio Tweet y que dirige Mauricio Maldonado, y que fue clasificado como ciberactivista, (dado que públicamente se conoce su autoría) se le otorgó una calificación de 3.1, reflejando cierta moderación entre su intención de opinar y de informar. El mayor puntaje en la composición de la valoración fue la actualidad de sus comunicados, con un 3.5, seguido 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.

Respecto a las ciberguerrillas se encontró que el mayor puntaje fue otorgado al sitio “Unido Ecuador”, con un 3.3, lo que se podría interpretar como una tendencia moderada a informar. Por su parte el sitio “Mashimauri” fue valorado con un 2.2, lo que se podría interpretar como intención mayor a opinar. El sitio “Fuera Ecuador” se valoró con un 3.1, para una moderada intensidad informativa, mientras que El “Mercioco” (2.5) y “Fuera Correa Fuera” (2.5) demostraron una cierta intensidad a opinar, y en la misma línea “Más anticorreísta” con (2.7).

En la anterior tabla, también se puede destacar que todos los sitios observados, la menor calificación

Tabla 5. Calificación tendencia opinar / informar

Ciber act. o gue.	Mensajes /twitter – Facebook	Neutralidad	Claridad	Actualidad	Veracidad	Evidencias	Promedio
Carlos Vera	394	2.7	3.9	4.2	3.2	2.8	3.4
Janeth Hinojosa	57	2.8	3.3	3.8	3.0	3.0	3.1
Fundamedios	88	2.8	3.9	4.1	2.9	2.9	3.3
Ramiro González	61	2.7	3.3	3.8	3.0	3.1	3.2
Martín Pallares	14	2.3	2.5	2.9	2.4	2.0	2.4
El Mercioco	17	2.2	2.7	3.0	2.5	2.1	2.5
Mashimauri	8	1.9	2.4	2.7	2.1	2.0	2.2
Tweet (MM)	41	2.5	3.1	3.5	3.0	3.3	3.1
Fuera Correa Fuera	20	2.2	2.6	3.0	2.5	2.1	2.5
Levántate Ecuador	45	2.5	3.2	3.5	3.0	3.1	3.1
Más Anticorreísta	8	2.3	2.8	3.2	2.6	2.5	2.7
Unido Ecuador	78	2.7	3.8	4.3	3.0	2.9	3.3
Total	831	2.5	3.1	3.5	2.7	2.6	2.9

Clasificación propia (ciberguerrilla = anónimo)

en promedio fue otorgada a la neutralidad, con un 2.5, lo que refleja muy poca intensidad informativa. Así mismo, el promedio de presentación de evidencias de los comunicados, con un 2.6 y veracidad con un 2.7. Con un puntaje mayor se destacan la actualidad de los mensajes con un 3.5, y claridad con un 3.1.

5. DISCUSIÓN

Es evidente que las categorías tradicionales de “líder de opinión”, “opinión pública” y “participación política”, requieren de su ampliación conceptual, dado que no se logra, desde su lectura actual, plenamente explicar y comprender los nuevos fenómenos del ciberactivismo y de ciberguerrilla que se viene sucediendo a través de las redes sociales que ofrecen las plataformas digitales de Internet. Por el momento, la participación política en las redes sociales puede establecerse al menos de dos maneras: “ciberactivismo” y “ciberguerrillas” en la línea de Fernández (2012), más allá de la contienda política para conseguir votos en el marco de elecciones democráticas tal como señala Rincón (2011). Internet ha permitido que a través de las denominadas “redes sociales” como Facebook y Twitter que personas, de manera individual, o bien a través de grupos, puedan expresar su opiniones, que dependiendo de los regímenes políticos y legales, obtienen un determinado tratamiento, como lo señala Gerbaudo (2012).

En esta línea, resulta evidente que las oportunidades comunicativas que las redes sociales abren a los ciudadanos son prácticamente infinitas, en cuanto que no están restringidas por la naturaleza del mismo medio, como sucedía en el pasado (propiedad del medio) sino que permiten a cualquier persona, expresar sus opiniones, a través de un medio masivo, en relación con los asuntos de la sociedad, muy en contra de las visiones nominalistas habermasianas, y más en las líneas científicas de Allport.

Es evidente que la democratización de los medios de comunicación ha sido uno de los mayores aportes civilizatorios de la llamada Sociedad Informacional siguiendo a Castells (2002a). Internet también ha permitido el desarrollo de aplicaciones comunicativas globales como Facebook y Twitter, que por sus posibilidades relaciones han abierto espacios para nuevas formas de participación ciudadana en la línea de Treré y Cargnelutti, a través de nuevos procesos de opinión pública, en la misma línea que señala Bouza.

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 como precisa Said y Arcila, más allá de la institucionalidad política regida por los poderes clásicos, en los cuales las personas encuentran un espacio legítimo para el ejercicio de la libertad de expresión, sea cual fuere su postura sobre la gobernabilidad vigente, contrario a las limitaciones que establece Casas (1999), en su visión política normativa de la participación política.

También parece claro que la participación política no se restringe a los asuntos meramente políticos de la agenda política en la línea de Balardini (2000). Se advierte como los ciberactivistas principalmente, incluyen en su agenda participativa, a los asuntos económicos, sociales y del contexto internacional, tal como lo intuye en sus investigaciones Marqués (2016).

Las redes sociales han establecido nuevas formas relacionales entre las personas. Lo que podría llamarse red social en la generación postindustrial antes del advenimiento de Internet seguramente no se entendería por las actuales generaciones: conceptos como barrio, familia numerosa, club social, etc., resultan desconocidos frente a las redes sociales digitales, marcadas por aplicaciones mundiales que como grandes autopistas guían la rutina relacional de la sociedad contemporánea.

6. CONCLUSIONES

Se identificaron a Carlos Vera, César Ricaurte, Janeth Hinojosa, Martín Pallares, Mauricio Maldonado y Ramiro Gonzáles, como los seis líderes de opinión en Ecuador de mayor presencia en las redes sociales de Twitter y Facebook, 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.

Por su parte, se identificaron los seis sitios de mayor participación digital, en las mismas redes, y a los que hemos llamado ciberguerrillas en el país, debido a su estado de anonimato, tales son “Fuera Correa fuera”, “Más Anticorreísta”, “El Mercio”, “Machimauri”, “Levántate Ecuador” y “Unido Ecuador”.

En todos los casos se advierte la intención de comunicar las ideas, desde una postura específica: opinión, lo que podría identificarse como una subjetividad de la realidad. Por el contrario en ningún caso se observa una plena disposición objetiva para comunicar los temas relacionados con la política, la economía, la sociedad o los asuntos internacionales.

Esta manifestación de ideas contrarias al régimen político, advierte un status de libertad de expresión, que demarca a su vez un status democrático de tolerancia.

En ningún caso puede aplicarse los conceptos de ciberguerrilla planteados por Fernández, a la actividad comunicativa de los líderes de opinión y los sitios estudiados en Twitter y Facebook de la presente investigación, toda vez, que no constituyen acciones terroristas, sino más bien, el ejercicio de la libertad de expresión, a través de sus ideas.

7. BIBLIOGRAFÍA

- ALBORNOZ, C., ALBORNOZ, B., La esfera pública en la blogosfera política ecuatoriana. Editorial FLACSO, 2010.
- ALONSO, A., ARZOZ, I. El 15M y la quintacolumna digital; comentarios para un laboratorio estratégico, 2011. *Teknokultura*, vol. 2 (2), pp. 177-192. <http://goo.gl/mo7JI3>
- ALLPORT, F. Toward a science of public opinion, *Public Opinion Quarterly*, 1,23, (1937)
- BALARDINI, S. (compilador) (2000). La participación social y política de los jóvenes en el horizonte del nuevo siglo. Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, 15. <http://goo.gl/CQgTht>
- BELL, D. El advenimiento de la sociedad post-industrial. Madrid: Alianza. 2006.
- BIANCHI, M. Democracia en los márgenes de la democracia. *Activismo en América Latina en la era digital*, 2014. Asuntos del Sur. Disponible en: <http://goo.gl/uXWAMZ>
- BRANTNER, C., Lobinger, K., & Wetzstein, I. Effects of Visual Framing on Emotional Responses and Evaluations of News Stories about the Gaza Conflict 2009. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 88(3), 523-540, 2011.
- BORGE, R. La participación electrónica: estado de la cuestión y aproximación a su clasificación. In IDP. *Revista de Internet, Derecho y Ciencia Política*, (1). Barcelona: UOC, 2005. Retrieved February 17, 2006 from <http://www.uoc.edu/idp/1/dt/esp/borge.pdf>
- BOUZA, F. Desventuras de un concepto claro y distinto: Opinión Pública. *Reflexiones sociológicas*, 2004. 1-2. Disponible en: <https://goo.gl/QwkWgl>
- CASAS, M. Análisis de los fenómenos de mediación política vistos desde el marco conceptual de la opinión pública. *Comunicación y sociedad*, 35, pp. 45-78, 1999. Disponible en: <http://goo.gl/oTkqly>
- CASTELLS, M. Redes de indignación y esperanza: los movimientos sociales en la era de Internet. Alianza Editorial, 2012a.
- CASTELLS, M. La dimensión cultural de Internet. Barcelona: Instituto de cultura: *Debates cultural y sociedad; presentes y perspectivas de futuro*, 2002b. UOC. Disponible en: www.uoc.edu/culturaxxi/esp/articles/castells0502/castells0502.html
- CASTELLS, M. La era de la información: economía, sociedad y cultura, Volumen 1. México, 2005. Siglo XXI.
- CRiado, J. I.; Martínez-Fuentes, G. Liderazgo y comunicación en la era del blogging político. *Aproximación teórica, evidencia empírica y propuesta analítica*, 2009. *Razón y Palabra*, vol. 14, núm. 70. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199520478037>
- DELTELL, L., CLAES, F., OSTESO, J. (Audiencias televisivas y líderes de opinión en Twitter, 2012. Caso de estudio: El Barco. FACEBOOK Datos estadísticos, 2016. www.facebook.com/ consulta 3 de Agosto de 2016.
- FERNÁNDEZ, J. S. Ciberactivismo: conceptualización, hipótesis y medida, 2012. *Arbor*, 188(756), 631-639.
- GERBAUDO, P. *Tweets and the streets: Social media and contemporary activism*. Pluto Press, 2012.
- GONZÁLEZ, Y. Las revueltas árabes en tiempos de transición digital, 2011. *Revista Nueva Sociedad*, 235, 4-7.
- GÓMEZ, J. LL.; Gutiérrez, J. F.; Palau, D. (eds.) *La calidad periodística. Teorías, investigaciones y sugerencias profesionales*. Valencia, Castellón, Bellaterra y Barcelona. Colección Aldea Global, 2013. n° 26.
- HABERMAS, J. *Historia y crítica de la opinión pública*, México, D.F. (1988) Ediciones Gustavo Gil.
- ISLAS, O. *De la ciberguerrilla a los ciberpartidos*, 2015. Cuadernos Artesanos.
- MAIREDER, A., & SCHWARZENEGGER, C. A movement of connected individuals: Social media in the Austrian student protests 2009. *Information, Communication & Society*, 15(2), 171-195.
- MARQUÉS, J. *Política y Propaganda. Medios de comunicación y opinión pública*, 2016. Barcelona: UOC-Dircom.
- MILAN, S. *Social movements and their technologies: Wiring social change*, 2013. Springer.
- MORENO, A. P. La primavera árabe: ¿una cuarta ola de democratización?. *UNISCI*, 2011. *Discussion Papers*, (26), 75.
- OJEDA, A. La importancia de mantenerse inserto en algún tipo de red de intercambio comunicacional: Social o Electrónica. *Psicología Iberoamericana*, 2010. 18 (1) pp. 3-5. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=133915936001>
- ORIHUELA, J. *Mundo Twitter: una guía para comprender y dominar la plataforma que cambió la red*. 2011. Barcelona: Alianza.

- PELLEGRINI, S. Medición de la calidad de la prensa en Chile. Cuadernos de Información, 1999. 13, pp. 49-55. <https://goo.gl/XT8aiW>
- PELLEGRINI, S. VAP: un sistema métrico de la calidad periodística. Cuadernos de Información, 2001. 14, pp. 112-120, disponible en: <https://goo.gl/ElakHo>
- POELL, T., & BORRA, E. Twitter, YouTube, and Flickr as platforms of alternative journalism: The social media account of the 2010 Toronto G20 protests. Journalism, 2012. 13(6), 695-713.
- PORTA, D., & MATTONI, A. Social movements. John Wiley & Sons, Inc., 2011.
- RINCÓN, O. Mucho ciberactivismo pocos votos: Antanas Mockus y el Partido Verde colombiano, 2011. Revista Nueva Sociedad N. 235, septiembre-octubre de 2011, ISSN: 0251-3552.
- RUBIO, R. ET en la participación política. Revista de Estudios Políticos (Nueva Época) Núm. 109. Julio-Septiembre 2000.
- SAID E., ARCILA C., Líderes de opinión en Colombia, Venezuela e Irán. El caso de los 20 usuarios más vistos en Twitter. 2011. Comunicación y Sociedad Vol. XXIV • Núm. 1 • 2011 • 75-100.
- SOENGAS, X. El papel de Internet y de las redes sociales en las revueltas árabes: una alternativa a la censura de la prensa oficial, 2013. Comunicar 41, vol. XXI, pp. 147-155, disponible en: <http://goo.gl/ZChyWW>
- STRIKOVSKY, S. EZLN: ¿Una Ciberguerrilla Cibernética. Espacios de Comunicación, 32-55, 2000.
- TASCÓN, M., & QUINTANA, Y. Ciberactivismo: Las nuevas revoluciones de las multitudes conectadas. Los Libros de la Catarata, 2012.
- TRERÉ, E. & CARGNELUTTI, D., Movimientos sociales, redes sociales y Web 2.0: el caso del Movimiento por la Paz con Justicia y Dignidad. Communication & Society / Comunicación y Sociedad, 2014. Vol. 27, n. 1, 2014, pp. 183-203.
- TOFFLER, A. The third wave. Pan Books, London, 1981.
- TORRE, J. Tecnopolítica: la potencia de las multitudes conectadas. El sistema red 15M, un nuevo paradigma de la política distribuida, 2013. IN3 Working Paper Series.
- TÚÑEZ, M.; GARCÍA, J. Las redes sociales como entorno docente: Análisis del uso de Facebook en la docencia universitaria, 2012. Pixel-Bit, Revista de Medios y Educación, pp. 77-92, disponible en: <http://acdc.sav.us.es/pixelbit/images/stories/p41/06.pdf>
- TWITTER. Datos estadísticos, 2016 disponible en: <https://about.twitter.com/es/company> - consulta 3 de agosto de 2016.
- VAN DIJK, T; RODRIGO, I. Análisis del discurso social y político. Quito: Ed. Abya-Yala, 1999. <http://goo.gl/bMth8B>
- VAN DIJK, TAUN. La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información, 1990. Barcelona: Paidós Comunicación.