

# PONENCIAS 2016

**5°**  
Congreso  
Internacional

PSICOLOGÍA  
Y EDUCACIÓN

BOGOTÁ  
COLOMBIA

2 AL 6 DE NOVIEMBRE DE 2016



## **POLÍTICA Y REDES SOCIALES. LOS BICENTENARIOS LATINOAMERICANOS A TRAVÉS DE LOS TWIST PRESIDENCIALES**

**Dra. Renee Isabel Mengo**  
**Facultad Ciencias de la Comunicación**  
**Universidad Nacional de Córdoba-R.A.**

### **RESUMEN**

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

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

Desde hace unos años, candidatos y representantes políticos en las instituciones nacionales, regionales y locales disponen de páginas webs personales, de correos electrónicos y de perfiles en las redes sociales que les permiten informar a los ciudadanos sobre sus actividades políticas y de gestión, sin tener que pasar únicamente por los canales de intermediación tradicionales. De hecho, el uso de las herramientas digitales por parte de nuestros representantes parece haberse acelerado desde 2008

## MEMORIAS V CONGRESO INTERNACIONAL PSICOLOGIA Y EDUCACION

La investigación se centró en la comunicación política en lengua española en Twitter, teniendo como objetivos la identificación de las principales tácticas adoptadas por varios Presidentes latinoamericanos como nueva forma de comunicación a través de esta red social, por lo que cabe preguntarse: hay una nueva forma de comunicarse con los gobernados? ¿Qué estrategia utilizan ante sus respectivos ciudadanos? ¿Se promueve la cortesía o la agresividad verbal? Y por sobre todo ¿Cuánto se puede comunicar en 140 caracteres? Para responder a los interrogantes se han relevado los twitts de los mandatarios de los Bicentenarios Latinoamericanos de los siguientes países: Argentina – Colombia - México - Venezuela.-

### INTRODUCCIÓN

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

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

Desde hace unos años, candidatos y representantes políticos en las instituciones nacionales, regionales y locales disponen de páginas webs personales, de correos electrónicos y de perfiles en las redes sociales que les permiten informar a los ciudadanos sobre sus actividades políticas y de gestión, sin tener que pasar únicamente por los canales de intermediación tradicionales. De hecho,

el uso de las herramientas digitales por parte de nuestros representantes parece haberse acelerado desde 2008

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

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

## **ARGENTINA**

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

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

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

## **COLOMBIA**

**Álvaro Uribe Vélez @AlvaroUribeVel | cuenta oficial, publica desde julio de 2009**

**@casadenarino | cuenta no oficial. Creada en 2009, no hay tweets sobre el bicentenario**

## **MEXICO**

**Felipe Calderón @FelipeCalderon | cuenta oficial, creada en mayo de 2010**

## MEMORIAS V CONGRESO INTERNACIONAL PSICOLOGIA Y EDUCACION

**@PalacioNaci0nal | cuenta no oficial. Creada en 2010, no hay tweets sobre el bicentenario**

### VENEZUELA

**Hugo Chávez @Chavezcandanga | cuenta oficial. Creada en abril de 2010**

**@DPresidencia | creada en 2015**

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

La ponencia es un extracto de la investigación del mismo nombre, que ha tenido como

### OBJETIVOS

#### GENERAL

Analizar el uso que los presidentes de Argentina, Venezuela, México y Colombia han hecho de Twitter como herramienta de comunicación política en el marco de los Bicentenarios de sus respectivos países.

#### ESPECÍFICOS:

- Realizar un análisis de contenido de los mensajes publicados en Twitter por los cuatro mandatarios.
- Establecer las características de las cuentas de Twitter de los candidatos.
- Medir la presencia de cada candidato en la red: crecimiento, impacto, influencia y participación en temas de interés.

- Caracterizar a los receptores de las cuentas y el nivel de intercambio y participación que tienen en la red y determinar si existe interacción de los candidatos con sus seguidores.
- Identificar ventajas y desventajas del uso de Twitter como herramienta de comunicación política.

## DESARROLLO

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

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

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

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

## MEMORIAS V CONGRESO INTERNACIONAL PSICOLOGIA Y EDUCACION

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

Una tendencia interesante que reflejan los cambios es lo que se podría llamar supervivencia del texto. Steve Rubel, editor del blog *Micro Persuasion*, explicó en su columna semanal de *Advertising Age* las razones por las cuales la red prefiere el lenguaje impreso: la facilidad de “escaneo” –leer rápidamente–, su mayor versatilidad para compartir y publicar, las escasas barreras de entrada... Buena parte de la actividad en Internet –también la más innovadora– gira en torno a la palabra escrita: twitter, *blogging*, redes sociales, etcétera. Al contrario de algunos vaticinios, el mundo de los medios sociales está contribuyendo a relanzar la letra impresa, ahora sin papel. Y aunque son imprescindibles el lenguaje y cultura visual, la gente no deja de escribir.

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

## METODOLOGÍA Y TÉCNICA DE RELEVAMIENTO

Se aplicó metodología cuantitativa y cualitativa para poder abordar el análisis. Al tratarse de una investigación con una enorme cantidad de datos, propia de los estudios de *Big Data* (Mayer Schonberger y Cukier, 2013), fue necesario recurrir a sistemas de monitorización. A fin de sistematizar el torrente de mensajes se elaboraron diversas fichas para luego llevarla la información a la grilla.

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

Para estudiar los códigos comunicacionales empleados por los presidentes en sus cuentas de Twitter nos basamos en el análisis de contenido (una técnica científica de recogida de información sustentada en la medida y creación de categorías interconectadas). Lógicamente recurrimos a los requisitos de cualquier otro procedimiento científico: objetividad, sistematización y relevancia social, con la finalidad de ofrecer resultados fiables y válidos (Krippendorff, 1990).

### ANÁLISIS DE CASO: LOS TWISTS DE LOS PRESIDENTES LATINOAMERICANOS EN EL AÑO DEL BICENTENARIO

ARGENTINA	COLOMBIA	MÉXICO	VENEZUELA
<b>Presidente:</b> Cristina F. de Kirchner	<b>Presidente:</b> Alvaro Uribe	<b>Presidente:</b> Felipe Calderón	<b>Presidente:</b> Hugo Chávez Frías
Twitter: Cristina Kirchner @CFKArgentina	Twitter: Álvaro Uribe Vélez @AlvaroUribeVel	Twitter: Felipe Calderón @FelipeCalderon	Twitter: Hugo Chávez @Chavezcandanga
<b>Palabras más usadas:</b>	<b>Palabras más usadas:</b>	<b>Palabras más usadas:</b>	<b>Palabras más usadas:</b>

## MEMORIAS V CONGRESO INTERNACIONAL PSICOLOGIA Y EDUCACION

Denuncia a Jueces; empresarios y a Clarin	Denuncia a las FARC, como grupo terrorista	Por el Bicentenario apela a la no discriminación	Agradecimiento a China por adiestramiento militar
Festival de cautelares	Participación en el G-8 en Corea	Hace referencia al proyecto de Reforma Política	Bicentenario, destaca el desfile “popular militar”
Preocupación por el atentado a Correa	Lucha contra la droga, el terrorismo y el narcotráfico	Inauguración de obras públicas: planta productora de vacunas	Refiere al ejercito de comunicadores
Exaltación al Gral. Dorrego	Firma acuerdo en Canadá para entrar al TLC	Refiere a la inauguración de viviendas construidas	Destaca la capacidad militar de Venezuela y agradece a Rusia por el equipamiento
Critica con la Justicia y en contra de Magnetto	Colombia comercializa con Corea	Anuncia créditos y subsidios para viviendas	Relaciona: Pueblo-Bicentenario-Soldados
Brega por la participación de Palestina en la Asamblea de la ONU	Se refiere a los actos para el Bicentenario	Destaca el esfuerzo en el rescate a mineros chilenos	Discurso místico: Patria querida...huracanadas de pasión patria...Patria grande... Viviremos...Venceremos...
Comunica que el año 2010, es el 8° año de crecimiento	Denuncia la conexión entre las FARC y el gobierno de Venezuela	Refiere a desaparición de estudiantes	Participa del Bicentenario en Buenos Aires
Comunica restitución de nieto 102	Comunica que Reyes (Farc) fue abatido en la frontera con Ecuador	Anuncie marco regulatorio para las drogas	Convocatoria social: soldado leal; al camarada
Reconoce el gran rescate chilenos a los mineros	Llama a la pacificación	Inaugura nuevos hospitales	Refiere a la muerte de Facundo Cabral
Inagura Pakapaka	Balance de gobierno tras 8 años en el poder	Refiere a los asesinatos en Ciudad Juárez por narcotráfico	Exalta al PNB
Se refiere a la preocupación por la salud de su marido	Comunica la baja en el índice de homicidios	Participa de los países APEC	Preocupación por los Pueblos originarios

Comparte actos por festividad religiosa judia	Critica al gobierno de Venezuela	Apela al cambio climático	Exaltación de la modernización militar tanto como a los soldados.
	Se despide del gobierno	Participa del G.20	
	Preocupación por la lucha antiterrorista	Alude a la corrupción y al crimen organizado	
		Inaugura Parque del Bicentenario	
		Refiere al crecimiento del empleo y de la economía del 5% en 2010	
		Exalta el gran desfile por los 100 años de la Revolución	
		Reinaugura Palacio de Bellas Artes	
		Apertura de guarderías infantiles	
		Otorgamiento de becas estudiantiles	
		Ampliación en la cobertura de salud	
		Inauguración de la primera planta de Biodiesel en Chiapas	
		Aumento de la IED	
		Nuevas áreas de protección territorial: 13% del total	

PSYCHOLOGY INVESTIGATION

## ARGENTINA



Bajo el nombre Cristina Fernández aparecen cerca de 5 perfiles registrados de la presidenta argentina. La presidenta de Argentina Cristina Kirchner con su cuenta @ HYPERLINK "http://twitter.com/cfkargentina" cfkargentina con menos seguidores que el presidente Chávez pero con el mismo propósito de dar a conocer lo que piensa y sucede en su país. A través de ella aprovechó para felicitar desde Nueva York a el presidente Chávez e incluso para cuestionar un fallo judicial en su país, tiene una cantidad significativa de fans, pero le da uso.

La presidenta argentina Cristina Kirchner rara vez dio conferencias de prensa. Pero es una fanática de Twitter y dice que esa red social, en la que tiene más de 2,2 millones de seguidores, le permite un "contacto directo con el pueblo".

C.F. de Kirchner usó Twitter para criticar a sus opositores y a los medios de prensa, con los que libra una prolongada batalla por considerarlos "tendenciosos". Con frecuencia, genera debates y controversias. En una ocasión envió más de 60 tuits un día en que hubo protestas multitudinarias contra su gobierno. Sus mensajes son a menudo punzantes.

Otras veces sus tuits fueron joviales, como cuando confesó ser admiradora de la serie de HBO Game of Thrones. "Seguro se queda con Robb Starck. O con Jon Snow? Ustedes dicen que con el rubio mayor que siempre la acompaña y que está re enamorado de ella? Puede ser", afirmó recientemente, aludiendo a la serie.

Fue común ver entre los tuits de la presidente comentarios y términos tan informales que se salen de lo que se espera de la investidura presidencial, frases como "no se hagan los giles (tontos)"

o "cuanto chanta (farsante) suelto", y el uso de palabras en inglés como en un lenguaje casi juvenil, términos como "please", "sorry" o "too much".

También ha subido imágenes fotográficas de sus perros. Estos mensajes parecen buscar alejar a la mandataria de su figura presidencial y acercarla a su público.

"La presidente generó rechazo o adhesiones con lo cual no es extraño que sea popular su cuenta de Twitter", hay gente que la sigue por toda la polémica que genera a partir de sus tuits.

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

Según un estudio elaborado por la empresa de relaciones públicas Burson-Marsteller, C.F de Kirchner estuvo décima entre los gobernantes más populares de la red con 2.113.418 seguidores; el colombiano Juan Manuel Santos figura 12do con 1.975.183 y la brasileña Dilma: "https://twitter.com/dilmabr"Rousseff 14ta con 1.865.242. El venezolano Nicolás Maduro aparece 20mo con 1.208.349 seguidores.

**De lo anterior se infiere que, la ex Presidente de Argentina, abrió Twitter en agosto de 2010, es decir en el año del Bicentenario, pero posterior a la conmemoración. Sobre los 90 Twists analizados, los ha usado en forma denunciante, crítico y de variado contenido, más que mostrar la obra de gobierno.**

## COLOMBIA



## MEMORIAS V CONGRESO INTERNACIONAL PSICOLOGIA Y EDUCACION

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

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

El sucesor en el gobierno nacional, Manuel Santos, encontró práctico el uso de Twitter. "En vez de hacer tantas conferencias de prensa, uno usa Twitter", manifestó.

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

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

### MÉXICO



STIGATION

El ex presidente de México, Felipe Calderón, con su cuenta [@felipecalderon](http://twitter.com/FELIPECALDERON) llegó a tener 190.000 seguidores desde que inauguró su cuenta en la que no sólo informa sobre sus actividades institucionales y dardías, sino que además debate sobre su estrategia contra el narcotráfico.

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

**Por lo anterior, la cuenta de Twitter del Presidente Calderón de México, sobre 40 Twists analizados, se deduce que, fue usada para información institucional política: crecimiento; créditos; vivienda. La red social fue un medio de Comunicación institucional. Se destaca como el Presidente que más cumplió con esta finalidad.**

## VENEZUELA



Unos de los presidentes de la Latinoamérica que ha causado más revolución en el twitter y ha conseguido una gran cantidad de seguidores en comparación con otros mandatarios del mundo es

## MEMORIAS V CONGRESO INTERNACIONAL PSICOLOGIA Y EDUCACION

el presidente Hugo Chávez con 850.000 seguidores con su cuenta @ "http://twitter.com/chavezcandanga"chavezcandanga.

El presidente venezolano Hugo Chávez Frías comenzó a utilizar la red social Twitter "http://twitter.com/" y antes que él, otros mandatarios de Latinoamérica ya contaban con sus perfiles, pero a diferencia de Chávez, la mayoría son falsos y en algunos casos generan confusión.

Tweets: 1.066 Siguiendo a: 19 Seguidores: 1.669.194

Chávez presentó su cuenta de Twitter como Presidente de la República Bolivariana de Venezuela. Soldado Bolivariano, Socialista y Antiimperialista. Ha twiteado más de mil veces y, aunque sigue a sólo una veintena de cuentas, superó largamente el millón y medio de seguidores un año después de abrir la suya.

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

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

El presidente venezolano comunicó detalles de su gestión a la ciudadanía (Hola, qué tal? Aquí, aprobando 18,4 mill. Bs.F para las emergencias en el Táchira. Continuamos desplegados por todas partes!”) y respondía a veces otros mensajes –infrecuente entre la mayoría de los presidentes de la región- sin disimular afectos (@pastormaldo Animo mi querido compatriota! Vendrán días mejores, hermano! Recuerda que todo comienzo cuesta! Un abrazo! #GeneraciondeORO).

En un país muy dividido como Venezuela y en el que una cuarta parte de la población usa Twitter regularmente, según *comScore*, tener presencia en esa red es fundamental.

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

El fallecido Hugo Chávez Frías, es la figura política latinoamericana todavía hoy más popular de Twitter, con más de 4,5 millones de seguidores de su cuenta @ HYPERLINK "<https://twitter.com/chavezcandanga>"chavezcandanga. Chávez fue el más popular.

**Por el contenido de los 60 Twists analizados del ex Presidente Hugo Chávez Frías de Venezuela, se deduce que la red social fue usada intensamente para mostrar y destacar lo que el país adquirió como equipamiento militar modernizado. Fue el Bicentenario donde exaltó a través de la red social, el aspecto militarizado de la sociedad venezolana.**

## CONCLUSIÓN

Twitter es una plataforma muy interesante para los políticos porque rebasa fronteras, es una red bastante receptora para la propaganda política y para el posicionamiento de líderes mundiales.

Los presidentes latinoamericanos han sido los pioneros en usar estas herramientas, el primero que comenzó a usarlo fue el presidente de Chile Sebastián Piñera en el 2009 y la presidenta de Costa Rica Laura Chinchilla añadiendo que ambos ganaron sus respectivas elecciones. En pocos años, la fiebre de Twitter logró imponerse también entre los mandatarios de América Latina. Todos los presidentes de Latinoamérica usan Twitter menos Pepe Mujica. Este análisis fue realizado en base a los casos de cuentas de Twitter creadas a título personal por los presidentes, y no de las cuentas institucionales de la Presidencia de los distintos países.

## MEMORIAS V CONGRESO INTERNACIONAL PSICOLOGIA Y EDUCACION

Twitter es tal vez una red ideal para un primer mandatario. Porque pueden llegar a miles de personas con mensajes cortos. Porque muchos de esos mensajes se convierten en noticia. Y porque en Twitter hay poco espacio y basta con afirmar o exclamar. Hay que decirlo: nada muy importante se puede sintetizar en 140 caracteres, pero esa cantidad de texto es suficiente para hacer una declaración o mantenerse en contacto con la gente. C.F. de Kirchner es la sexta a nivel mundial con más de 350 mil amigos al término de su mandato presidencial

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

De los cuatros presidentes analizados, Argentina abrió la cuenta de Twitter en agosto de 2010, es decir luego del festejo del Bicentenario, por lo que no hubo mención a la conmemoración. Los otros tres Presidentes lo usaron en el momento del acontecimiento y, a excepción de Chávez, que se comunicó con la ciudadanía por la red social, los demás no mencionan nada al respecto. Esto fue una de las dificultades planteadas entre el proyecto y su ejecución.

De las conclusiones se desprende que **en ninguno de los casos existe un interés por escuchar a la audiencia (ciudadanos)** sino más bien, mostraron su identidad política o preocupaciones de su gobierno más que, establecer nexos con la ciudadanía.

La investigación permitió acceder a una bibliografía específica y actualizada que no se conocía. Dado la importancia que el uso de esta red social tiene en el mundo de la política, se considera académicamente relevante continuar con la investigación de la temática por lo que se ha podido observar, que, el uso de Twitter ha cambiado la forma de la comunicación política.

Con respecto al equipo, el desarrollo de la investigación consolidó al grupo y ratificó el nexo entre Comunicación e Historia como línea básica de investigación en la Catedra.

## BIBLIOGRAFÍA

Barnes, Susan. (2006). A privacy paradox: Social networking in the United States. First Monday 11. Retrieved September 8, 2007. <http://firstmonday.org/article/view/1394/1312> [Consultado el 12 de mayo de 2016].

Berrocal, S. (2003). Personalización de la política. Comunicación política en televisión y nuevos medios. Barcelona, España: Ariel.

Braginski, R. (2011, 24 de febrero) Twitter: una herramienta política cada vez más eficaz. Diario Clarín. Obtenido de [http://www.clarin.com/internet/Twitter-herramienta-politicavez-eficaz\\_0\\_433156921.html](http://www.clarin.com/internet/Twitter-herramienta-politicavez-eficaz_0_433156921.html). [Consultado 15/06/2016].

Castells, M. (2009). Comunicación y poder. Alianza editorial S.A. Madrid, España. Congosto M L, Fernández M, Moro Egido E, (2011) Twitter y política: información, opinión y ¿predicción? Libros de comunicación Evoca. Obtenido de:

<http://www.evocaimagen.com/cuadernos/cuadernos4.pdf> [Consultado el 3 de julio de 2016].

Dader, J. L. (2012). Análisis cualitativo y cuantitativo de las web; La web de los partidos españoles durante la campaña para elecciones generales 2008: Pautas de cibermarketing con pocos signos de ciberdemocracia. En V. Sampedro, Ciber campañas: Causas y diques para la participación. Las elecciones Generales del 2008 y sus proyecciones tecnopolíticas. Editorial Coumputense. Madrid, España:

Deltell, Luis y Martínez Torres, Ana Gabriel. Los líderes en su maraña. Perfiles de los presidentes latinoamericanos en Twitter. Revista sobre comunicación, Tecnología y Sociedad. Revista número 99 - Octubre 2014 - Enero 2015. Obtenido de:

[https://telos.fundaciontelefonica.com/DYC/TELOS/NMEROSANTERIORES/Nmeros80101/DetalleAnteriores\\_99TELOS\\_ANALISIS1/seccion=1268&idioma=es\\_ES&id=201410281223001&activo=6.do](https://telos.fundaciontelefonica.com/DYC/TELOS/NMEROSANTERIORES/Nmeros80101/DetalleAnteriores_99TELOS_ANALISIS1/seccion=1268&idioma=es_ES&id=201410281223001&activo=6.do) [Consultado el 15 de agosto de 2016].

## MEMORIAS V CONGRESO INTERNACIONAL PSICOLOGIA Y EDUCACION

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

Grosvald, G (2000) El gobierno electrónico quiere ser más que promesas. Citado en: Izurieta R., Christopher A., Perina R (2003) Estrategias de comunicación para gobiernos. La Crujia. Buenos Aires.

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

Larrea, J (2010) Comunicación Política en Latinoamérica. Gestión, campañas y TIC'S. Buenos Aires. Editorial Dircom.

Mayer Schönberger, Viktor y Cukier Kenneth. (2013). Big Data. La Revolución De Los Datos Masivos Colección Noema. Turner Libros. Madrid

Mancera, Ana y Pano, Ana. (2013). El discurso político en Twitter. Editorial Antrhopos. Barcelona.

Stempel, Guido H. (1989). "Content Analysis", en Guido H. Stempel y Bruce H. Westley (eds.), *Research Methods in Mass Communications*. New Jersey: Ed. Prentice Hall.

### RESEÑA

#### RENEE ISABEL MENGO

Post-grado: Doctora en Comunicación Social. Grado: Licenciada y Profesora en Historia. Docente Adjunta en la Cátedra de Historia Social Contemporánea de la E.C.I- U.N. Córdoba- Argentina. Leg. 16992. Docente Adjunta por concurso en la Facultad Regional Córdoba de la Universidad Tecnológica Nacional (Res. 1733/06). Evaluación docente en 2014. Leg. 14173/0

**PUBLICACIONES LIBROS:**

Historia Latinoamericana y Medios de Comunicación. La construcción Bicentenario a partir de su reflejo en la prensa Digital. En colaboración. ISBN 978-987-45808-0-1. 1a ed. - Córdoba: CopyData, 2015. 352 pp. Investigación y Comunicación. Análisis de temáticas Latinoamericanas contemporáneas desde un enfoque interdisciplinario en Comunicación y Educación. En colaboración. ISBN 978-987-45808-1-8. 1a ed. - Córdoba: CopyData, 2015. 172 p. Los Bicentenarios Latinoamericanos y su lectura en los editoriales on line. ISBN: 978-987-29184-1-5. En colaboración. Córdoba, 2014. 141 pp. Latinoamérica y los Medios de Comunicación.- Cambios, impactos y usos del periodismo Digital- ISBN 9789872918408. En colaboración. 211 pp. Córdoba, Marzo de 2013.

**CAPÍTULOS DE LIBROS:**

“Periódicos digitales del interior del país. Contenidos, diseño e interactividad.” Autor/es: Mengo, Renee Isabel; Pizarro, Hugo Ignacio; Tenaglia, Pablo Rubén; González, Tomás Agustín y Sánchez Soloaga, Clarise. En Anuario ECI 2010-2012. ISBN: 978-950-33-1051-9. Año: 2013 Córdoba Pgs. 23 – 28. “Los medios Gráficos digitales del interior y el uso de blogs” Autor/es: Mengo, Renee Isabel; Pizarro, Hugo Ignacio; Tenaglia, Pablo Rubén; González, Tomás Agustín y Sánchez Soloaga, Clarise. En Anuario ECI 2010-2012. ISBN: 978-950-33-1051-9. Año: 2013 Córdoba Pp. 52 – 59. “Periódicos digitales en los países de la UNASUR. Tratamiento informativo sobre la participación del bloque en conflictos regionales” Autor/es: Mengo, Renee Isabel; Pizarro, Hugo Ignacio; Tenaglia, Pablo Rubén; González, Tomás Agustín y Sánchez Soloaga, Clarise. En Anuario ECI 2010-2012. ISBN: 978-950-33-1051-9. Año: 2013 Córdoba Pp. 178 – 182. Violencia y Subjetividad en el Neoliberalismo. ISBN 978-607-32-0676-1. Universidad de Querétaro-México. Año 2011. Cap.: Nuevos Movimientos en América Latina. Pp. 71 a 81. Manual de Historia Social Contemporánea: desde los inicios de la modernidad a las manifestaciones antidemocráticas del siglo XX. En colaboración. ISBN: 978-987-1498-22-2. Córdoba, Marzo de 2010. 226 pp. Capítulo: Los procesos de descolonización en el siglo XX. Pp.108 a 116.

## MEMORIAS V CONGRESO INTERNACIONAL PSICOLOGIA Y EDUCACION

### REVISTAS

Revista el Cactus. En colaboración: Renee Isabel Mengo y Pablo Rubén Tenaglia. Los Bicentenarios en América Latina, análisis de los editoriales en medios gráficos on line. (Con referato). PP. 90 a 99. Año 4. N°4. Noviembre de 2015. ISSN 2314-1581. ECI-UNC. -Revista Globalización. Las Potencias Internacionales en la crisis siria. - ISSN 1605-5519 – Octubre de 2015. <http://rcci.net/globalizacion/2015/fg2185.htm>. Review of History and Political Science. June 2015, Vol. 3, No. 1, pp. 143-154. ISSN: 2333-5718 (Print), 2333-5726 (Online) Medios Digitales en Latinoamérica. La construcción política del Evento Bicentenario de la Nuevas Tecnologías de la Comunicación. En coautoría: Mengo, Renee Isabel; Tenaglia, Pablo Rubén. DOI: 10.15640/rhps.v3n1a14 - URL: <http://dx.doi.org/10.15640/rhps.v3n1a14>  
<http://rhpsnet.com/vol-3-no-1-june-2015-current-issue-rhps>

Revista Globalización. Agosto 2014. La Republica Argentina en la década Kirchnerista. <http://www.rcci.net/globalizacion/2014/fg1853.htm>. ISSN 1605-5519.

Revista Nuevo Mundo. Abril 2014. Sentimiento y compañerismo en territorio cordobés: Mujeres en la época de la Independencia », Nuevo Mundo Mundos Nuevos [En ligne], Colloques, mis en ligne le 08 avril 2014, consulté le 09 avril 2014. URL:

<http://nuevomundo.revues.org/66616>; DOI: 10.4000/nuevomundo.66616

Educación y Humanidades. Abril 2014. Desafíos para la enseñanza de las Ciencias Sociales en la era digital. En colaboración. Volumen 2. Año 3. 2014. ISSN 0718-8242. Pp. 67 a 87. Universidad de La Frontera. Chile. [http://educacionyhumanidades.ufro.cl/images/stories/pdf/sexta/GONZALEZ\\_ET\\_ALL.pdf](http://educacionyhumanidades.ufro.cl/images/stories/pdf/sexta/GONZALEZ_ET_ALL.pdf)

Revista Globalización. Febrero de 2014. - Contexto de la recuperación democrática en la Argentina -Condicionamientos a la Presidencia de Raúl Ricardo Alfonsín (1983-1989)-ISSN 1605-5519 -<http://www.rcci.net/globalizacion/index.htm>. Revista globalización. Julio de 2013. Venezuela 2012: elecciones presidenciales y el futuro del chavismo. ISSN 1605-5519 -