

# TWITTER Y MOVILIZACIÓN SOCIAL EN VENEZUELA

**Elias Said-Hung**

Universidad Internacional de la Rioja, La Rioja, España. E-mail: elias.said@unir.net

**Jorge Valencia-Cobos**

Observatorio de Educación de la Universidad del Norte, Barranquilla, Colombia. E-mail: jvalenciac@uninorte.edu.co

DOI: 10.17666/329404/2017

Desde mediados del siglo XX hasta los días actuales, Venezuela ha vivido un profundo escenario de transformación política, social y comunicativa, bajo el liderazgo del fallecido presidente Hugo Chávez. Desde 1998 y hasta 2013 él lideró el proyecto político conocido como chavismo, cuando murió por motivos de un cáncer diagnosticado en 2011.

Mientras Chávez estaba enfermo, se llevaron a cabo las elecciones presidenciales de 2012. Él, además de ganarlas, dejó a cargo de su legado político, en caso de fallecimiento o imposibilidad de continuar en la presidencia, al entonces canciller venezolano Nicolás Maduro.

En 2013, una vez fallecido Hugo Chávez, se llevaron a cabo elecciones y las ganó Maduro con un estrecho margen (50,61% de los votos válidos)

ante el candidato opositor Henrique Capriles Radonsky (49,12% de los votos válidos).

Maduro dijo que desconocía las diferentes denuncias de fraude ejercido por el sector oficialista (chavista) durante la jornada electoral (14 de abril de 2013).

Desde entonces, Maduro ha estado al frente del gobierno venezolano y se ha creado un creciente clima de conflictividad, motivado por el aumento de la crisis económica, el aumento de los índices delictivos y las constantes acciones relacionadas con la violación de derechos humanos, por parte de los cuerpos de seguridad del Estado e instituciones apegadas al chavismo o revolución bolivariana en dicho país (e.g. tribunal superior de justicia, militares, fiscalía, defensoría del pueblo, entre otros).

Durante más de 3 lustros de control del Estado, el proyecto político chavista, como bien señalan Gómez (2014) y Canelón-Silva (2014), a nivel comunicativo ha centrado sus esfuerzos en la concreción de

*Artigo recebido em 29/11/2015*

*Aprovado em 17/10/2016*

un conjunto de propósitos: la constitución de un marco regulatorio general de los medios de comunicación; la ampliación de un mayor número de medios "alternativos y comunitarios" y la creación de mecanismos institucionales que centralizaron y garantizaron el control de los contenidos emitidos desde los diferentes medios de comunicación dispuestos en el país.

La relación entre los medios de comunicación venezolanos y el proyecto político de Chávez estuvo marcada, desde el comienzo de su ascensión como presidente (1999), por tensión y conflicto constantes entre ambas partes. Pese que hasta 1998, la mayoría de los medios de comunicación venezolanos fueron partícipes del ascenso de su proyecto bolivariano<sup>1</sup>.

Una vez asumida la presidencia, se dio inicio a una redefinición radical de la relación entre el poder político y el sistema de medios de comunicación privados hasta entonces dispuestos. Se crearon las bases finales de constitución de lo que se llamó "hegemonía comunicacional e informativa del Estado" (Ramírez, 2007; Piña, 2010), cuyos medios de comunicación debían defenderlo *per se* y el carácter de bien público que detenta (Weffer, 2007).

Tras esta transformación, a causa del fallido intento de golpe de Estado en abril de 2002, los medios de comunicación privados ejercieron un rol activo y la comunicación se volvió relevante. Ello se debió concretamente a la puesta en marcha de la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión (RESORTE).

Esta ley fue sancionada en 2004 y puesta en vigencia durante 2005<sup>2</sup> y posteriormente ampliada en 2010 (República Bolivariana de Venezuela, 2010), cuando se incluyen las emisiones de contenido informativo/noticioso en internet y las redes sociales..

En el proceso de constitución hegemónica del "Chavismo" o la "Revolución Bolivariana" en Venezuela, el Estado dejó de asumir un rol de agente interventor y/o regulador social para volverse un Estado comunicador (Bisbal, 2009, Gómez, 2014), interesado en la transformación del escenario comunicativo, compuesto predominantemente por medios de comunicación privados hacia un nuevo contexto. A partir de ahí, la política pública de la comunicación se centraba en la búsqueda de mecanismos propios que garantizaran la representación y apropiación simbólica

de su proyecto político sobre otros (opositores), por la sociedad venezolana, en general.

Con la Ley RESORTE y con el Plan Nacional de Desarrollo Económico y Social 2007-2013, se estableció un conjunto de estrategias y políticas, que fueron, de hecho, medidas de presión direccionadas a los principales medios de comunicación opositores al gobierno venezolano y a sector periodístico de dicho país.

La RCTV<sup>3</sup> no tuvo su concesión de emisión renovada en 2006 y dejó de transmitirse en abierto a todo el país en 2007; los dueños de la Globovisión<sup>4</sup>, denunciaron, en 2007, las constantes presiones ejercidas por el gobierno nacional, a través de la recurrente aplicación de sanciones económicas o medidas coercitivas durante la cobertura de hechos noticiosos acaecidos en el país. Estas presiones ocasionaron la venta del 80% de acciones de los principales dueños y empresarios relacionados directamente con el gobierno venezolano); la NTN24<sup>5</sup>, tuvo su señal privada suspendida en 2014, apelando a "la promoción de la violencia", durante el cubrimiento periodístico de las protestas estudiantiles, estudiadas en este trabajo; y el recurrente uso de mecanismo de presión en contra las libertades del ejercicio periodístico y de los responsables de los medios de comunicación en el país. (El País, 2007; EFE, 2007; RSE, 2009; Piña, 2010; CIDH, 2010; Espacio Público, 2014; El Tiempo, 2014; Lobo-Guerrero, 2015; Lares, 2015).

El Estado venezolano asumió un conjunto de estrategias de presión que, al intentar alejarse, aunque no formalmente, de su modelo de propiedad privada tradicional en el sector comunicativo, generó un modelo mixto y autoritario, según Cañizalez (2013) y Canelón-Silva (2014).

Con ello, el Estado, a través de los controles políticos y administrativos, tendería a cercar el pluralismo y la diversidad informativa y de opinión, expuesta desde los canales de comunicación accedidos en dicho país.

Según lo expuesto hasta ahora, las redes sociales irrumpen en Venezuela como una importante herramienta para la evasión de los diferentes controles estatales establecidos a través de los medios de comunicación tradicionales en dicho país. Los ciudadanos interesados acceden a la información y al establecimiento de comunicaciones y relaciones

alrededor del devenir social venezolano, en especial, ante el creciente aumento de conflictividad social.

Durante el primer trimestre de 2014, se llevaron a cabo una serie de protestas, lideradas por estudiantes, quienes mostraban su descontento ante el deterioro de la calidad de vida y vulneración de los derechos civiles en dicho país. Estas protestas conllevaron a un balance final de 42 muertos, 873 heridos, 3.120 detenidos y más de 3.400 encarcelados, según cifras oficiales dadas por el propio gobierno venezolano (Ministerio del Poder Popular para la Comunicación y la Información, 2014).

En el comienzo de 2014, los usuarios de las redes sociales, en especial *Twitter*<sup>6</sup>, hicieron durante las protestas uso intensivo de este tipo de recurso para difundir información sobre dichos acontecimientos<sup>7</sup>. Lo que motivó el desarrollo de esta investigación.

De esta manera, se buscó establecer elementos de análisis que ayudasen a ahondar el debate en relación con el aprovechamiento de la red social *Twitter*, como herramienta de movilización social ciudadana. Estos elementos deberían ayudar a responder:

- Cuál es el perfil de los usuarios que participaron activamente en el cubrimiento informativo de dichos sucesos.
- Qué rasgos principales caracterizaron la movilización social ejercida por ellos.
- Cuál era la estructura de los *Tweets*<sup>8</sup> que mayor nivel de movilización social generó durante las protestas tomadas como caso de estudio.

### Twitter y movimientos sociales

Según la sociología y la perspectiva de esta investigación, los movimientos sociales deben ser entendidos como el surgimiento de colectivos emergentes que emplean recursos y estrategias de acción colectiva disruptivas a los canales institucionales, con el fin de dar respuestas a situaciones de crisis o conflictos sociales que son respondidas de forma no convencional, a favor de un cambio sistémico (Melucci, 1999; Dalton y Kuechler, 1992; Touraine, 2006; Castells, 2009).

Autores como Diani (2002) y García (2011), han destacado una serie de rasgos que caracterizan

a este tipo de movimiento: la presencia de redes informales de información; la capacidad de compartir y llevar a cabo la solidaridad entre los miembros que lo integran; la acción colectiva ejercida en temas conflictivos y la realización de acciones fuera de la esfera pública de carácter institucional.

Como lo señala Downing (2011), la forma como surgieron estos movimientos sociales contemporáneos es muy relevante. Sobre todo, cuando consideramos que el auge de las redes sociales ha generado un escenario cada vez más heterogéneo, donde el aumento de masas híbridas politizadas, no conlleva a identidades colectivas duraderas ni organizaciones estables, según Lasén y Martínez (2008).

Hay una cuestión aún no contestada sobre el desarrollo de las Tecnologías de Información y las Comunicaciones (TIC). Si este desarrollo ha conllevado a la política en la Red, así como a la participación política no convencional, usual en momentos de alta conflictividad social o cuando los medios de comunicación tradicionales no transmiten las opiniones o acciones llevadas a cabo por los diferentes activistas de estos movimientos sociales (Tilly, 2005).

Por tanto, se cuestiona el momento en que nos hallamos. ¿Estamos en presencia de un nuevo contexto de rasgos característicos que aparecen nuevas formas de intervención política y acciones colectivas, generadas a través de redes flexibles, descentralizadas y carente de líderes claramente identificables? (Tilly, 2005; Iglesias, 2005; Castells, 2009).

Los escenarios actuales de difusión de información y establecimiento de relaciones desde las redes sociales y desde el conjunto de avances tecnológicos, requieren el establecimiento de una nueva agenda que ayude al estudio de los roles que adquieren los nuevos equipos, recursos tecnológicos y escenarios digitales actuales, bajo la perspectiva expuesta por Downing (2009).

Según esta perspectiva, nos encontraríamos en presencia de "nanomedios de movimientos sociales", es decir, nuevos escenarios comunicativos donde las personas pueden transmitir sus causas o reivindicaciones. Desde un activismo 2.0 o ciberactivismo<sup>9</sup>, realizado por ciudadanos interesados en una participación política activa, capaces de auto organizarse (*Smart mobs* o multitudes inteligentes<sup>10</sup>),

a favor de adelantar acciones colectivas de carácter descentralizado, mediante el uso de internet, dispositivos móviles y redes sociales generalistas (*Facebook* y *Twitter*, en especial) y la difusión de discursos, debates y de acciones de comunicación eminentemente horizontales.

Estas acciones visan buscar mecanismos que ayuden a superar los diferentes controles estatales establecidos, tanto a nivel analógico como digital, bajo una nueva racionalidad de la vida pública en la que todos los miembros de la sociedad pueden formar parte de un proyecto colectivo o común, sin perder su propia singularidad (Rheingold, 2004; De Ugarte, 2007; Schuschny, 2009; Fernández, 2012; Azuela y Tapia, 2013; Heath, 2014).

El impacto de las TIC, a favor del auge de la sociedad de la información, ha desarrollado, como bien apunta Fernández (2012), implicaciones no sólo en términos de transformación social y cultural, sino también a nivel político.

Desde entonces, las perspectivas novedosas de abordaje de la democracia, como la *e-democracia* en los procesos electorales y/o toma de decisiones, han generado pequeñas acciones de participación política y ciudadana, además de la aparición de nuevos movimientos sociales no convencionales (ciberactivismo). Estas pequeñas acciones se vuelven pilares más amplios y colectivos. (McAdam, Tarrow y Tilly, 2001; Tremayne, 2014).

Cada una de estas acciones, será difundida por los activistas dentro de dichos movimientos, generando la vinculación de nuevos actores, desde el reconocimiento de intereses comunes que puedan existir en un momento determinado (Tarrow y McAdam, 2005; Tilly y Tarrow, 2007).

En el caso específico de las redes sociales, los individuos, que comparten un interés o fin, suelen crear en las primeras etapas de constitución de los movimientos sociales del *Activismo 2.0* un proceso de generación del marco de solidaridad, colaboración y vinculación de sus miembros sobre una causa. (Tremayne, 2014). De esta manera, ellos hacen uso de este tipo de espacios y de los recursos tecnológicos dispuestos en la actualidad (e.g. móviles, tablets, entre otros), como polos y recursos que favorecen la concentración de ideas, propagandas y debates, entre otros, sobre

los diferentes acontecimientos sociales que pueden dar pie a la acción colectiva descentralizada (e.g. Primavera Árabe, 15M, Occupy Wall Street, YoSoy132, por citar algunos ejemplos)

En el caso específico de *Twitter*, lo expuesto en el párrafo anterior surge entre los diferentes nodos de las redes conformadas por usuarios, quienes hacen uso de *hashtags*<sup>11</sup> y menciones a terceros, como mecanismo que garantiza la transversalización de las causas, transmitidas desde los diferentes *Tweets* publicados a otros usuarios, que no necesariamente comparten el mismo espacio geográfico o poseen identidades comunes, sino completamente divergentes (Segeberg y Bennett, 2011; Raban, Ronen y Guy, 2011).

Según señalan Tremayne (2014), Della Porta y Tarrow (2002), Stoddart y Tindall (2010) y Arnold (2011), entre otros, lo que pasa con *Twitter* añade la importancia de la generación de estudios que ayuden a establecer las características relevantes sobre los diferentes movimientos sociales que irrumpen en espacios digitales como los aquí expuestos. Sobre todo con el fin de conocer mejor, entre otras cosas: la composición y perfil de los miembros que los integran, el tipo de centralidad de la Red que forman parte de estos movimientos, los mensajes que ayudan a la interacción de quienes los integran; así como el nivel de impacto generado por mensajes publicados en medios externos al movimiento para su dinamización.

## Metodología

El proyecto se enmarca en una perspectiva cuali y cuantitativa de investigación, considerando dos etapas de desarrollo en las cuales se abordan distintas facetas de las protestas estudiantiles ocurridas en Venezuela, durante el primer trimestre de 2014.

En la primera etapa del análisis, se examinaron las principales características de la participación en redes sociales durante los eventos de conflicto en Venezuela, con énfasis en la red social *Twitter*. Para ello, se examinaron 2 unidades de análisis: 1) el Usuario que participó activamente, a través de dicha red social y 2) el Mensaje, emitido por él.

El público objetivo se centró, por tanto, en todos los usuarios y mensajes que formaron parte de los *hashtags* #SOSVenezuela y #PrayForVenezuela, entre el 13 de febrero y el 12 de marzo de 2014, es decir, durante el primer mes de realización de las protestas estudiantiles llevadas a cabo a nivel nacional en Venezuela.

La selección de los *hashtags* fue basada en los que más veces se ubicaron como *trending topics* en Venezuela, según *Trendnalia* (<http://www.trendnalia.com/>). El *hashtag* #PrayForVenezuela se registraron un total de 2.877.842 *Tweets*; mientras que el *hashtag* #SOSVenezuela alcanzó los 7.732.063 mensajes.

Inicialmente, se estimó una muestra aleatoria estratificada por *hashtag* y número de *Tweets* por día con un nivel de confianza del 95% y un margen de error de +/- 5%, compuesta por 2.771 *Tweets* y un número total de 1.957 usuarios, los cuales cumplían con dos criterios de selección:

- A nivel de los usuarios de *Twitter* analizados: evidencia de existencia real (no robots), con información mínima de su situación biográfica (BIOS); , .
- A nivel de los *Tweets*: que no fuesen mensajes repetidos, incoherentes o con bajos o nulos niveles de idoneidad o con contenido no apropiado o no identificable (mensajes que usaron los *hashtags* con fines comerciales o aludiendo a temas sin relación alguna a las protestas producidas en Venezuela).

La identificación total de estas unidades muestrales, tomadas para este estudio, se hizo a partir de una validación individual de cada uno de los mensajes analizados y de los contenidos de las BIOS de los usuarios que los emitieron. La selección de la muestra final tomada a consideración sirvió para medir lo expuesto en la tabla 1:

**Tabla 1**  
**Variables de Análisis de *Tweets* y Usuarios, Tomados como Muestra**

Variables de medición en los Usuarios	Variables de medición en los <i>Tweets</i>
Tipo de usuario	Fecha de publicación del <i>Tweet</i>
Número de seguidores	Naturaleza del <i>Tweet</i>
Número de seguidos ( <i>followings</i> )	Número de RT generados por <i>Tweets</i>
Profesión del usuario	Número de favoritos generados por <i>Tweets</i>
Sexo	Menciones a otros usuarios
Edad	Tipo de <i>Tweets</i> (formato del contenido)*
Ubicación	<i>Hashtags</i> mencionados
Relevancia social	Orientación política del mensaje**
Orientación política	Tipo de mensaje***
	Actitud del mensaje <sup>+</sup>

Fuente: Elaborada por los autores con base a las variables tenidas en consideración en el estudio mostrado en este trabajo.

Nota: \* Sólo enlace o URL; Sólo imagen, Sólo multimedia (vídeo, audio o imagen); Sólo texto; Texto + audio; Texto + enlace; Texto + Imagen; Texto + video.

\*\* Posición crítica (opositora) contra el gobierno venezolano; posición neutral (no identificada claramente con alguna de las tendencias políticas mayoritarias en dicho país); posición favorable (chavista) al gobierno venezolano.

\*\*\* Anuncio; comunicado; denuncia; descripción de los acontecimientos; indicadores (datos de detenidos, heridos, entre otros); insultos; opiniones.

+ Positiva: mensajes que hacían alusión a expresiones y adjetivos favorables o de apoyo a las protestas y manifestantes; Negativa: Mensajes que hacían uso de expresiones o adjetivos que eran usados para establecer una posición contra las acciones de respuesta llevada a cabo por factores afectos al gobierno o de los cuerpos de seguridad del Estado; Neutra: Mensajes que hacían uso de expresiones que se centraban en reseñar los acontecimientos acaecidos durante las protestas, sin una definición clara a favor o contra estos acontecimientos.

La segunda y última etapa se centró en el análisis en su totalidad de los contenidos de los *Tweets* previamente identificados, a través de la aplicación de la técnica de análisis de contenido, de acuerdo con expuesto por Berelson (1952) y Andréu (2000). Esta técnica combinada con el análisis estadístico de datos textuales permitió determinar los aspectos micro y macro estructurales más relevantes de los mensajes en las redes sociales y los flujos informativos y comunicativos generados a través de este escenario digital.

## Resultados

Los resultados generados a partir de las informaciones contenidas en los perfiles de los usuarios de *Twitter* de esta muestra de estudio ( $n=1.957$ ) nos enseñan que la mayoría de ellos (79%) eran de género masculino; mientras que los usuarios de género femenino o caracterizados como institucionales solo cubrieron el 13% y 8%, respectivamente.

Así mismo podemos ver cómo la mayoría de estos usuarios (49,4%) presentaban una vinculación directa con los sucesos presentados en Venezuela ya que eran nacionales de dicho país. Sin embargo, el resto de los casos aquí estudiados no fue posible determinarlos según su nacionalidad (35,9%), por falta de información en sus perfiles o bien contaban con otras nacionalidades de América Latina (7,5%), Norteamérica (4%), Europa (2,9%) o Asia/Oceanía (0,4%).

En relación con su presencia en *Twitter*, los usuarios contaban con un alto nivel de arraigo. En relación a su tiempo medio de registro ( $\mu=3$  años). Además, según su media de *Tweets* publicados durante todo el tiempo de registro que tenían en esta red social ( $\mu=14$  *Tweets*/día), nos permite dar cuenta de un nivel intensivo de su participación diaria. Ellos contaban con una media ( $\mu$ ) de 7.289 seguidores y seguían 1.351 usuarios es decir, según Barone (2010) o Said y Arcila (2013), ellos pueden ser considerados como usuarios diarios o promedios (*Everyday Users*) de potencial contacto desde *Twitter*, sin una alta red de contactos y con círculos de influencia de tamaño relativamente pequeño.

El promedio de los usuarios analizados en esta red social ( $\mu=puesto\ 27.273.249$ ), nos enseña, según *TwitterCounter*, que, en su mayoría, son usuarios de perfil sin liderazgo. Además, el bajo nivel de influencia en *Twitter* de estos usuarios se debe a que el 96% de ellos no presentaron evidencias claras en sus perfiles públicos de poseer relevancia pública.

Tomamos como referencia los *hashtags* analizados para verificar la orientación política y los datos nos enseñan que, en su mayoría, los *Tweets* publicados mantienen una posición crítica (opositora) contra el gobierno de Venezuela (80%); mientras que el 19% mantenía una posición neutral (no identificada claramente con alguna de las tendencias políticas mayoritarias en dicho país) y apenas un 1% mostraba una posición favorable (chavista).

El gráfico 1, nos enseña qué tipo de contenido fue publicado por los usuarios analizados. Son tres, a continuación:

- Mensajes con *Tweets* cargados de críticas y/o posiciones, situándose directamente en contra los hechos acaecidos en las protestas estudiantiles.
- Mensajes de corte más social o generales, marcados como favoritos por los usuarios analizados. Estos aluden a personalidades culturales y/o políticas, además de contenidos relacionados con llamamientos a la paz en Venezuela.
- Mensajes que incitaban a la resolución del conflicto social existente o que incitaban al desarrollo de acciones relacionadas con dichos sucesos. Estos mensajes se concentraban en los *Tweets* respondidos por los usuarios.

Podemos indicar, según el total de la muestra de *Tweets* seleccionados ( $N=2.771$ ), el perfil de los mensajes respondidos o marcados como favoritos por los usuarios y de mayor movilización social:

- El total de *Tweets* marcados como favoritos fue el que generó mayor movilización ( $\mu=703$ ), llevando en cuenta los *Tweets* que fueron respondidos ( $\mu=208$ ). En el primer caso (*Tweets* marcados como favoritos), los mensajes que mayor promedio de réplicas tuvieron fueron aquellos relacionados con imágenes y/o vídeos (sin

**Gráfico 1**  
**Nubes de Principales Expresiones Publicadas por los Usuarios Analizados,**  
**Según Tipo de Tweets Publicados**

*Tweets elaborados directamente por los usuarios\**



*Tweets marcados como favoritos\*\**



*Tweets respondidos\*\*\**



Fuente: Elaborado por los autores a partir del análisis de clouttag extraído de los mensajes expuestos en los tweets analizados en este trabajo.

Nota: N-Tweets= 2.771

\* Sólo se tomaron para el análisis aquellos Tweets elaborados directamente por los usuarios analizados (n=782), entre 1.000 y 41.000.

\*\* Sólo se tomaron para el análisis aquellos Tweets con mayor número de marcas como favoritos por los usuarios analizados (n=163), entre 1.000 y 41.000.

\*\*\* Sólo se tomaron para el análisis aquellos Tweets con mayor número de réplicas entre los usuarios analizados (n=63), entre 1.000 y 25.000.

texto escrito alguno), con un  $\mu$  igual a 2.646; mientras que en el segundo caso (*Tweets* que fueron respondidos), los mensajes escritos en inglés fueron los que tuvieron un mayor promedio de movilización ( $\mu=2.255$ ).

- En cuanto al tipo de mensajes, la movilización de los usuarios analizados presentó rasgos claramente diferenciados entre los mensajes respondidos *versus* los mensajes marcados como favoritos (tabla 2).

Sin embargo, en cuanto a los *Tweets* respondidos, se constata una mayor diversidad de tipologías en los contenidos emitidos. Los comunicados fueron los que mayor movilización generaron (e.g. "RT @albitcaban: MINISTRA PARAGUAYA ENTREGA PRUEBA CONTRA MADURO @TACHIRA #SOSVENEZUELA #SOSVzla <http://t.co/cuLwECBX>") y los anuncios relacionados con los acontecimientos aquí analizados. (e.g. "RT @Mryaakov: Si tienen amigos en zonas populares hazle llegar la info. Caracas no es sólo Altamira ni Maracaibo La Lago #SOSVenezuela"). Los *Tweets* de insultos (e.g. "Te quedan pocos dictador desgraciado @NicolasMaduro #PrayForVenezuela #ElQueSeCansaPierde <http://t.co/j0mWWbc9Ef>") son los que menor peso tienen. En el caso de los *Tweets* marcados como favoritos, se observa cómo los anuncios concentran el mayor peso, a punto de generar movilización entre los usuarios.

- En cuanto a la estructura del mensaje, la movilización de los usuarios sigue presentando claramente diferencias entre los mensajes respondidos y/o marcados como favoritos (tabla 3). En el caso de los *Tweets* respondidos, los mayores promedios de movilización se observaron en aquellos donde únicamente se mostraban enlaces o URLs de contenidos relacionados con las protestas. Sin embargo, en el caso de los *Tweets* marcados como favoritos, los mensajes con sólo texto fueron los que mayor movilización generaron.
- Las menciones a otros usuarios dentro de la movilización realizada desde *Twitter*, en relación con los sucesos tomados como caso de estudio en Venezuela, tendieron a ser mayor en

los *Tweets* marcados como favoritos ( $\mu=246$ ), que a nivel de los *Tweets* respondidos por los usuarios analizados ( $\mu=697$ ).

- Al relacionar la movilización social con la orientación política de los usuarios analizados los datos nos apuntan que tanto los *Tweets* respondidos como los marcados como favoritos, que no presentaban una posición opositora (e.g. "RT @TrapieLLO: Que casualidad que los cantantuchos que se pronunciaron #PrayForVenezuela son "Artistas Exclusivos Warner" de #TimeLifeCNN !...") o favorable al gobierno de Venezuela (e.g. "Cuando algo se pasa de maduro, se cae del árbol. Este es el inicio de tu caída, Maduro, ya te pasaste #venezuelanoestasola #PrayForVenezuela"), fueron los que mayor movilización generaron. ( $\mu=243$  y  $\mu=1.053$ , respectivamente). Sin embargo, los *Tweets* de orientación opositora al gobierno fueron los que en segunda posición generaron mayor movilización, en ambos casos aquí mencionados ( $\mu=189$  y  $\mu=513$ , respectivamente). Los *Tweets* de orientación favorable al gobierno venezolano fueron los que menor movilización trajeron entre los usuarios analizados ( $\mu=127$  en el caso de los *Tweets* más respondidos y  $\mu=334$  en el caso de los *Tweets* marcados como favoritos).
- Basándonos en la actitud de los *Tweets* que generaron movilización social y los *Tweets* marcados como favoritos ( $\mu=1.050$ ) entre los usuarios analizados, los datos nos apuntan que los *Tweets* con mensajes con actitud positiva (mensajes que hacían alusión a expresiones y adjetivos favorables o de apoyo de las protestas y manifestantes) fueron los que mayor impacto trajeron. Sin embargo, en el caso de los *Tweets* respondidos, no se observa una clara influencia de la actitud en sus contenidos ( $\mu$ -positivo=211,  $\mu$ -negativo=190 y  $\mu$ -neutro=220).

Se puede constatar en los ejemplos de *Tweets* a continuación que los usuarios analizados muestran su actitud:

"No nos van a doblegar, un pueblo que tiene una convicción no lo detiene nadie. #PrayForVenezuela #MaduroRenunciaYA #Movilizadores-

**Tabla 2**  
**Movilidad de los Usuarios Analizados, Según la Tipología del Mensaje Publicado en los *Tweets***

Tipo de Mensaje	Promedio de <i>Tweets</i> respondidos*	Promedio de <i>Tweets</i> marcados como favoritos**
Anuncio	271,81	2.249,05
Comunicado	367,90	856,70
Denuncia	213,67	425,27
Descripción de los acontecimientos	184,12	685,45
Indicadores (datos de detenidos, heridos, entre otros)	172,19	665,14
Insulto	137,97	382,82
Opinión	204,81	611,89

Fuente: Elaborado por los autores del análisis general de los *tweets* analizados en este trabajo.

Nota: N-*Tweets* respondidos = 2771

N-*Tweets* marcados como favoritos= 2771

**Tabla 3**  
**Movilidad de los Usuarios Analizados, Según la Estructura del Mensaje**

Estructura del Mensaje	Promedio de <i>Tweet</i> respondidos*	Promedio de <i>Tweets</i> marcados como favoritos**
Sólo enlace o URL	1.252,00	758,83
Sólo imagen	141,00	264,00
Sólo multimedia (vídeo, audio o imagen)	111,93	234,24
Sólo texto	173,42	1.484,47
Texto + audio	118,22	403,22
Texto + enlace	239,87	615,66
Texto + Imagen	206,62	328,66
Texto + video	270,10	523,32

Fuente: Elaborado por los autores del análisis general de los *tweets* analizados en este trabajo.

Nota: N-*Tweets* respondidos=2771

N-*Tweets* marcados como favoritos=2771

**Tabla 4**  
**Porcentaje de Movilización Social Generada por Usuarios Analizados, Según la Naturaleza u Formato de los *Tweets***

Naturaleza <i>Tweets</i>	Formato		
	Mixto (texto + recursos multimedia)	Sólo multimedia (vídeo, audio, imagen)	Texto únicamente
Replicados	55,8%	2,3%	41,9%
Respondidos	75,0%	2,1%	22,9%
Publicados inicialmente por los usuarios	55,6%	2,7%	41,7%

Fuente: Elaborado por los autores del análisis general de los *tweets* analizados en este trabajo

Nota: N-*Tweets* respondidos =2771

N-*Tweets* marcados como favoritos=2771

Coro #1M" (*Tweets* con actitud positiva); "RT @mindig\_: Muere otra inocente más, otra niña. Que miserable desgracia. Geraldine Moreno, QEPD. #SOSVenezuela #AmeliachAsesino #HelpUs" (*Tweets* con actitud negativa<sup>12</sup>); y "RT @caramos61: Lo que los medios no reseñan: SanDiego Carabobo HOY #SOSVenezuela @VenteCarabobo @VenteVenezuela <http://t.co/tuzUXoLPhI>" (*Tweets* con actitud neutra<sup>13</sup>).

Además de lo expuesto hasta ahora, la tabla 4 nos apunta que la movilización social generada desde *Twitter*, en relación con los *hashtags* y los usuarios analizados, se presentó en mayor porcentaje entre aquellos *Tweets* cuyo formato era mixto, es decir, texto + recurso multimedia.

Sin embargo, los *Tweets* textuales fueron los que generaron importante porcentaje en la movilización sobre las protestas estudiantiles presentadas en Venezuela, durante el período estudiado. En el caso de los *Tweets* cuyas publicaciones contenían únicamente formato multimedia, los porcentajes de movilización resultaron muy bajos o inexistentes.

A continuación, en la tabla 5, se puede constatar que los *Tweets* replicados por los usuarios analizados presentaron mayor promedio de respuestas de otros usuarios que hicieron uso activo de los *hashtags* investigados aquí. Los *Tweets* respondidos fueron los que presentaron un mayor promedio de marcación favorita por parte de terceros actores.

Si relacionamos los *Tweets* publicados por los usuarios con la actitud expresa en dichos mensajes, así como con la estructura y su tipo (gráfico 2), podemos ver cómo el flujo informativo y comunicativo creado o divulgado tiende a adquirir rasgos característicos:

Los *Tweets* con actitud más positiva (a favor de las protestas y manifestantes) estuvieron conformados, en mayor medida por opiniones y descripciones de los sucesos aquí analizados y expuestos en textos o con estructuras mixtas (textos + imágenes). En el caso de los *Tweets* neutrales sobre las protestas (sin una definición clara a favor o contra), estuvieron más concentrados en opiniones y estructuras de los mensajes mixtos (textos e imágenes). Los mensajes negativos (contra las acciones de respuesta llevada a cabo por factores afectos al gobierno o de los cuerpos de seguridad del Estado) contaron con una mayor diversidad de tipologías de *Tweets* (indicaciones, denuncias, opiniones y mensajes estructurados, principalmente, por mensajes y/o multimedias).

El gráfico 3 nos enseña, además, cómo se llevó a cabo la movilización social, de acuerdo con el tipo de mensaje publicado en los *Tweets*, según el peso o número de interacciones generadas por cada uno de los 1.918 usuarios analizados. (98,57% del total de la muestra de estudio). Allí podemos ver cómo los usuarios estudiados emplean mensajes para el desarrollo de funciones vinculadas con la movilización social aquí analizada. Sin embar-

**Tabla 5**  
**Promedio de Movilización Social entre los Usuarios Analizados, Según Naturaleza, Respuesta y Marcación como Favorita de los *Tweets* Publicados por Usuarios Analizados**

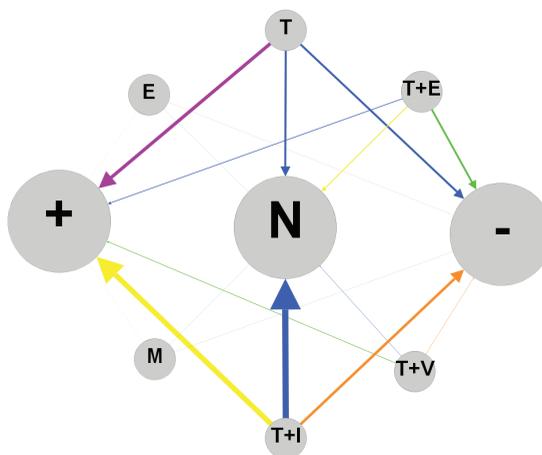
Naturaleza del <i>Tweets</i>	Promedio	
	<i>Tweets</i> respondidos	<i>Tweets</i> marcados como favoritos
Replicados	273,59	458,40
Respondidos	213,369	797,21
Publicados inicialmente por los usuarios	189,529	525,06

Fuente: Elaborado por los autores del análisis general de los *tweets* analizados en este trabajo.

Nota: N-*Tweets* respondidos =2771

N-*Tweets* marcados como favoritos=2771

**Gráfico 2**  
**Relaciones Generadas por Usuarios de Twitter Analizados, de Acuerdo con la Actitud, Tipología y Mensajes de los Mensajes creados y/o Divulgados**



Fuente: Elaborado por los autores a partir del análisis de relación de mensajes analizados, a través del programa Gephi, del conjunto de tweets analizados en este trabajo.

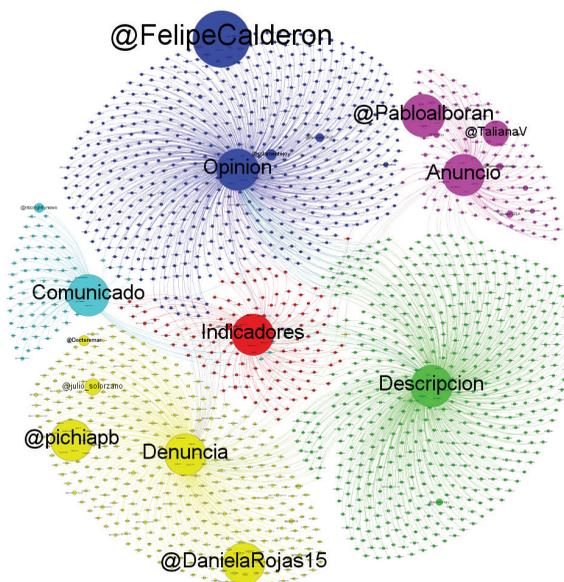
Nota: E= *Tweets* con sólo enlaces (URLs) / T= *Tweets* con sólo texto / T+E= *Tweets* con textos y enlaces (URLs) / M= *Tweets* multimedia (vídeo, imagen, audio) / T+I= *Tweets* con texto e imágenes / T+V= *Tweets* con texto y vídeo únicamente (+)= Mensajes con actitud positiva (a favor de los manifestantes) / (-)= *Tweets* con actitud negativa (contra las acciones de respuesta llevada a cabo por factores afectos al gobierno o cuerpos de seguridad del Estado) / N= *Tweets* neutrales, donde no evidencia estar contra o favor de los hechos sino que se hace una mera exposición de los hechos. Las relaciones de nodos expuestas en este gráfico excluyeron el 0,3% de los *Tweets* analizados (n=83 *Tweets* perdidos de un total de 2.771 *Tweets* analizados), correspondientes a los *Tweets* estructurados con únicamente imágenes y texto más audio, en vista del bajo porcentaje de nodos dispuestos para llevar a cabo el análisis aquí presentado. El grosor de cada línea expuesta en este gráfico variará de acuerdo con el número total de respuestas y *Tweets* generados en cada mensaje según los criterios considerados aquí. Las líneas gruesas son las que mayor número de estas variables se observaron y las delgadas las que menor número de respuestas y *Tweets* produjeron.

go, los mensajes donde se exponen indicadores y cifras relacionados con las protestas en Venezuela sirvieron de "puente" o tránsito a otros mensajes orientados a intercambiar opiniones, denunciar y describir estos hechos. Los mensajes publicados en los *Tweets*, orientados a describir los hechos anunciados, sirvieron para dinamizar otros tipos de mensajes, avocados más a denunciar, opinar y hacer anuncios contra la violencia sobre estos hechos del Estado venezolano o mostrar apoyo a los manifestantes. Además, podemos ver cómo la movilización social realizada desde *Twitter*, durante el período y suceso analizado, estuvo liderado por usuarios *Everyday User*, de acuerdo con la categoría expuesta por Barone (2010) y Said y Arcila (2013).

## Conclusiones

El escenario actual venezolano, además de estar marcado por un creciente proceso de tensión social, ha impulsado nuevos escenarios de comunicación, ajenos a los tradicionales, que han sido aprovechados por los ciudadanos para la difusión informativa de los diferentes acontecimientos ocurridos en dicho país. El escenario aquí estudiado es bajo, según Rheingold (2004), sin embargo las redes sociales, sobre todo *Twitter*, están contribuyendo a la promoción de nuevas modalidades de multitudes inteligentes, en que los usuarios que formaron parte de la difusión social de las protestas estudiantiles en Venezuela en 2014, tuvieron una participación

**Gráfico 3**  
**Flujo de Información y Comunicativo de *Tweets* entre Usuarios Analizados,**  
**Según tipo de Mensaje Publicado**



Fuente: Elaborado por los autores a partir del análisis de relación de mensajes analizados, a través del programa Gephi, del conjunto de *tweets* analizados en este trabajo.

Nota: La representación hecha en este gráfico del intercambio de información generado entre los usuarios analizados, excluyó los *Tweets* de insulto emitidos por los usuarios analizados, ya que sólo representaron el 1,63% del total de mensajes ( $n=45$  *Tweets* analizados).

La variación del tamaño de los nodos (usuarios) representa el alcance de los diferentes usuarios analizados en este trabajo. Es decir, un mayor número de seguidores representaba un mayor volumen de la red de contacto vinculada con cada usuario vinculada a la muestra seleccionada para el abordaje del tema aquí propuesto (Ejemplo: @FelipeCalderón fue el usuario con el mayor número de seguidores analizados (Followers=2.776.043, al momento de desarrollo de este estudio)).

ciudadana orientada a la transmisión de contenidos e información. (Lasorsa et al., 2011; Murthy, 2012 y Effing, Van Hillegersberg y Huibers, 2011).

Los datos nos permiten reafirmar además lo expuesto por Howard et al. (2011) y Junco, Elavsky y Heiberger (2013), sobre el impacto que tendría *Twitter* en la construcción de lazos entre los usuarios, a través de la difusión de información y exposición de opiniones de forma intensiva, durante los acontecimientos tomados en consideración.

Los datos nos permiten reafirmar también lo expuesto por Tilly (2005) o Castells (2009) en cuanto al surgimiento de participaciones políticas

no convencionales. Ello se pasó, a través de redes flexibles, descentralizadas y carentes de líderes identificados, quienes intervinieron políticamente durante la realización de las protestas analizadas aquí, a través de *Twitter*.

La red social *Twitter* tuvo un rol significativo en los movimientos sociales llevados a cabo en los Estados Unidos, Egipto o Túnez (Dunn, 2011; Papacharissi y Oliveira, 2012; Gleason, 2013). Lo mismo se pudo haber dado en el caso venezolano analizado, ya que la transversalidad de contenidos difundidos por los usuarios, a través de los *hashtags* seleccionados, permitió un mayor seguimiento de los sucesos durante las protestas de 2014 y del debate de estos

acontecimientos, desde múltiples perspectivas, a través de los diferentes tipos de mensajes (Gruzd et al., 2011; Segerberg y Bennett, 2011).

La reorganización del "Ambient comunicativo" en Venezuela hizo que la integración de *Twitter* y otras redes sociales hayan asumido una especial relevancia en el debate sobre estas manifestaciones para los ciudadanos, envueltos en el escenario de conflicto socio político y comunicativo en los últimos 17 años. Un marco socio político que, como resultado del predominio del proyecto chavista y la búsqueda constante del cambio de rol del Estado regulador a un Estado comunicador (Bisbal 2009; Gómez, 2014), vino restringiendo las representaciones y apropiaciones simbólicas ajenas a dicho proyecto, desde los espacios de comunicación tradicionales.

Este proceso ha traído como consecuencia la búsqueda activa de los ciudadanos por los escenarios alternativos de comunicación no convencionales, con la intención de acceder a nuevos conocimientos de los sucesos del país, durante los meses de febrero y marzo de 2014. Estos escenarios, en nuestro caso *Twitter*, son espacios digitales, donde los usuarios tienden a compartir intereses sociales, culturales y políticos comunes.

En este artículo se reafirma lo expuesto por Spiro y Jehng (1990), que los usuarios lideraron un proceso activo en las manifestaciones de protestas tenidas en cuenta en este trabajo. Además, sucedió un proceso de aprendizaje informal, no planificado y espontáneo, que se promovió desde *Twitter* (Greenhow y Robelia, 2009).

Todo ello pasó desde la gestión de las relaciones sociales establecidas entre usuarios que dieron cuenta expresa del interés sobre las protestas tomadas como caso de estudio (Fumero y García (2008). Sin que por ello se generase una identidad colectiva duradera ni estable a nivel organizacional (Lasén y Martínez, 2008). Estos usuarios aquí analizados habrían formado parte de una masa híbrida politizada, con una causa en común (posición crítica contra el gobierno venezolano), en un escenario digital cada vez más heterogéneo, a través de los *hashtags*. Ellos emplearon *Twitter* como "nanomedio" de los movimientos sociales llevados a cabo en Venezuela, desde el activismo 2.0, hasta la trans-

formación social a escala, mediada por el impacto de las redes sociales, en los términos ya indicados en el apartado conceptual de este trabajo (Tilly y Tarrow, 2007; Downing, 2011; Fernández, 2012; Tremayne, 2014).

Lo que se enseña en este trabajo, ayuda por tanto a plantear algunos elementos de análisis que pueden problematizar el tema propuesto.

En primer lugar, el rol que está asumiendo los ciudadanos (usuarios de redes sociales como *Twitter*) en divulgar diferentes tipos de mensajes sobre la movilización social ejercida en los escenarios digitales, permite dinamizar a otros usuarios sobre un determinado tema (en nuestro caso, sobre las protestas llevadas a cabo en Venezuela), pese a que no cuentan con una alta o compleja red de contactos (muchos seguidores) (Barone, 2010; Said y Arcila, 2013).

En segundo lugar, la creciente importancia que están adquiriendo las redes sociales como *Twitter* y los recursos TIC (e.g. móviles y *tablets*), porque favorecen escenarios comunicativos no convencionales que sirven para trascender los diferentes mecanismos de control ejercidos alrededor de los medios de comunicación tradicionales. Aunque sean escenarios de alta conflictividad social y política como lo que ha pasado en Venezuela en más de una década.

Todo esto, a partir de la generación de mensajes orientados a dar a conocer los acontecimientos que se estén llevando a cabo en tiempo real o bien compartiendo contenidos y posiciones políticas (opiniones) relacionadas con estos.

## Notas

- 1 Entre 1988 y 1998 los medios de comunicación en Venezuela asumen un rol cuestionador (opositor) del *establishment* político dispuesto en este país hasta ese período, marcado por el desgaste del sistema democrático eminentemente bipartidista existente, donde el partido Acción Democrática y Copei marcaban el destino del país. Sobre todo a raíz de la intentona golpista del 4 de febrero y 27 de noviembre de 1992.
- 2 En esta primera versión sólo se tomaban en consideración los medios de comunicación tradicionales.

- 3 Radio Caracas Televisión fue uno de los principales canales de televisión privado en Venezuela, fundado en 1953.
- 4 Canal de televisión venezolano de tipo privado, fundado en 1994, dedicado a la emisión de noticias las 24 horas del día en Venezuela.
- 5 Canal de televisión internacional privado, fundado en 2008, con sede en Bogotá Colombia, dedicado a la emisión de noticias las 24 horas del día. Este canal se recibía en Venezuela, a través de proveedores de servicio de canales de televisión internacional existentes en dicho país (e.g. DirecTC, entre otros).
- 6 Plataforma de *microblogging* fundada en 2006, cuyos usuarios pueden publicar y compartir informaciones publicadas en mensajes de 140 caracteres.
- 7 Ejemplo del cubrimiento de las protestas estudiantiles en Venezuela, a través de Twitter, durante 2014, tenemos: [http://internacional.elpais.com/internacional/2014/02/14/actualidad/1392345572\\_303672.html](http://internacional.elpais.com/internacional/2014/02/14/actualidad/1392345572_303672.html) y <http://www.elnuevoherald.com/noticias/mundo/america-latina/venezuela-es/article2030855.html>.
- 8 Es el término que se suele dar a los mensajes publicados a través de *Twitter*.
- 9 Este tipo de activismo se diferencia del activismo tradicional por el uso extensivo de la Web 1.0 para la divulgación de la información y la coordinación de acciones delineadas por un número limitado de actores sociales que dirigen a un colectivo, enmarcado bajo un verticalismo político y la disciplina partidista (Robinson, 1997; Cormode y Krishnamurty, 2008; Colón, 2015).
- 10 De acuerdo con Rheingold (2004), este término alude a formas de organización social que surgen y se estructuran bajo la mediación de las TIC, donde un grupo de individuos se comportan de forma eficiente como resultado del crecimiento exponencial de enlaces que conforman la red en la que forman parte.
- 11 Es una cadena de caracteres formada por una o varias palabras que sirven para el Sistema de búsqueda de información dentro de una red social o en internet, para que usuarios consigan información relacionada a determinados temas, de forma más rápida.
- 12 Mensajes que hacían uso de expresiones o adjetivos que eran usados para establecer una posición contra las acciones de respuesta llevada a cabo por factores afectos al gobierno o de los cuerpos de seguridad del Estado.
- 13 Mensajes que hacían uso de expresiones que se centraban en reseñar los acontecimientos acaecidos durante las protestas, sin una definición clara a favor o contra estos acontecimientos.

## REFERENCIAS

- ANDRÉU, Jaime. (2000), *Las técnicas de análisis de contenido: una revisión actualizada*. <http://public.centrodeestudiosandaluces.es/pdfs/S200103.pdf>.
- ARNOLD, Gretchen. (2011), "The impact of social ties on coalition strength and effectiveness: The case of the battered women's movement in St Louis". *Social Movement Studies*, 10(2): 131– 150.
- AZUELA, Maite & TAPIA, Mónica (2013), *Construyendo ciudadanía desde el activismo digital*. México D.F., Alternativa y Capacidades A.C.
- BERELSON, Bernard. (1952), *Content analysis in communication research*. New York, The Free Press
- BARONE, Lisa. (2010), *The 5 types of influencers on the Web*. <http://smallbiztrends.com/2010/07/the-5-types-of-influencers-on-the-web.html>.
- BISBAL, Marcelino. (2009), *Medios Comunitarios: ¿Democratización y pluralismo en el paisaje mediático del país*. Venezuela, Colegio Nacional de Periodistas.
- CANELÓN-SILVA, Agrivalca. (2014), "Del Estado comunicador al Estado de los medios. Catorce años de hegemonía comunicacional en Venezuela". *Palabra Clave*, 17(4): 1243-1278.
- CAÑIZALES, Andrés. (2013), "Del cierre de RCTV a la venta de Globovisión." in M. Bisbal (ed.), *Saldo en rojo. Comunicaciones y cultura en la era bolivariana*, Caracas: Universidad Católica Andrés Bello & Konrad Adenauer Stiftung.
- CASTELLS, Manuel. (2009), *Communication Power*. Oxford, Oxford University Press.
- CIDH. (2010), *El comisionado para los asuntos de Venezuela y la relatora especial para la libertad de expresión de la CIDH manifiestan su rechazo por el cierre de canales de cable en Venezuela*. Estados Unidos, Organización de Estados Americanos. <http://www.oas.org/es/cidh/expresion/showarticle.asp?artID=781&IID=2>.
- COLÓN, Raúl. (2015), "La traducción colaborativa activista contemporánea en Canadá y Brasil: Comunidades de traducción 1.0 y 2.0 en evolución". *Tradução em Revista*, 18: 159-190.
- CORMODE, Graham & KRISHNAMURTY, Balachander (2008), "Key differences between

- Web 1.0 and Web 2.0". *First Monday* 13(6). <http://firstmonday.org/article/view/2125/1972>
- DALTON, Russell & KUECHLER, Manfred. (1992), *Los nuevos movimientos sociales*. Valencia, Editorial Alfons el Magnànim, Generalitat Valenciana y Diputació Provincial de València.
- DIANI, Mario. (2002), "Network analysis." In B. Klandermans & S. Staggenborg (eds.), *Methods of Social Movement*, Minneapolis, University of Minnesota Press.
- DELLA PORTA, Donatella & TARROW, Sidney. (2005), *Transnational Protest and Global Activism*. Oxford, Rowman & Littlefield Publishers.
- DE UGARTE, D. (2007). *El poder de las redes*. Barcelona, El Cobre.
- DOWNING, John. (2009), *Nanomedios de Comunicación*. Barcelona, UNESCO Chair & Universitat Autònoma de Barcelona.
- DOWNING, John. (2011), *Encyclopedia Social Movement Media*. Illinois: SAGE Publications.
- DUNN, Alexandra. (2011), "Unplugging a nation: State media strategy during Egypt's January 25 uprising". *Fletcher Forum of World Affairs*, 35(2): 15-24.
- EFE (2007), "La cadena Globovisión denuncia "presiones" y "amenazas" por parte del Gobierno de Chávez." *El País*, July, 9. [http://internacional.elpais.com/internacional/2007/07/09/actualidad/1183932001\\_850215.html](http://internacional.elpais.com/internacional/2007/07/09/actualidad/1183932001_850215.html).
- EFFING, Robin; VAN HILLEGERSBERG, Jos & HUIBERS, Theo (2011), "Social Media and Political Participation: Are Facebook, Twitter and YouTube Democratizing Our Political Systems?"; in E. Tambouris, A. Macintosh & A. De Bruijn (eds.), *Electronic Participation*, Londres, Springer.
- EL PAÍS (2007), "Chávez cierra el canal privado RCTV en medio de violentas protestas". *El País*, Mayo, 28. [http://internacional.elpais.com/internacional/2007/05/28/actualidad/1180303206\\_850215.html](http://internacional.elpais.com/internacional/2007/05/28/actualidad/1180303206_850215.html).
- EL TIEMPO (2014), "Sacan del aire al canal colombiano NTN24 en Venezuela.". *El Tiempo*, Febrero, 14. <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-13491935>.
- ESPACIO PÚBLICO (2014), *Situación general de la libertad de expresión e información en Venezuela (enero-diciembre 2014)*. Venezuela, Autor.
- FERNÁNDEZ, Juan. (2012), "Ciberactivismo: Conceptualización, hipótesis y medida". *ARBOR Ciencia, Pensamiento*, 188-756(July-August): 631-639.
- FUMERO, Antonio & GARCÍA, José. (2008), "Redes sociales. Contextualización de un fenómeno 'dos-punto-cero'". *Revista Telos*, 76. <http://telos.fundaciontelefonica.com/telos/articulocuaderno.asp?idarticulo=3&rev=76.htm>.
- GARCÍA, Lidia. (2011), "Apuntes sobre perspectivas de estudio de los movimientos sociales. Un enfoque desde la comunicación en redes sociales". *Virtualis*, 4(July-December): 127-139.
- GLEASON, Benjamin. (2013), "#Occupy Wall Street: Exploring Informal Learning About a Social Movement on Twitter". *American Behavioral Scientist*, XX(X): 1-17.
- GREENHOW, Christine & ROBELIA, Beth. (2009), "Informal learning and identity formation in online social networks". *Learning, Media and Technology*, 34(2): 119-140.
- GRUZD, Anatoly; WELLMAN, Barry & TAKHTEYEV, Yuri. (2011), "Imagining Twitter as an imagined community". *American Behavioral Scientist*, 55(10): 1294-1318.
- GÓMEZ, Ava. (2014), "Venezuela entre el Estado Comunicador y el pluralismo mediático". *ZER*, 19(36):221-249.
- HEATH, Joseph. (2014), *Enlightenment 2.0. Restoring Sanity to our politics, our economy, and our lives*. Toronto, Harper Collins.
- HERMIDA, Alfred. (2010), "Twittering the news". *Journalism Practice*, 4(3): 297-308.
- HOWARD, Philip N., DUFFY, Aiden, FREELON, Deen; HUSSAIN, Muzammil; MARI, Will & MAZAID, Marwa. (2011), *Opening closing regimes: What was the role of social media during the Arab Spring?* Seattle, University of Washington.
- IGLESIAS, Pablo. (2005), "Un nuevo poder en las calles. Repertorio de acción colectiva del Movimiento Global en Europa. De Seattle a Madrid". *Política y Sociedad*, 42(2): 63-93.
- JUNCO, Reynol; ELAVSKY, C. Michael & HEIBERGER, Greg. (2013), "Putting Twitter to

- the test: Assessing outcomes for student collaboration, engagement and success". *British Journal of Educational Technology*, 44(2): 110-126.
- KAPLAN, Andreas & HANLEIN, Michael (2010), "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media". *Business horizons*, 53: 59-68.
- LARES, Valentina. (2015), "Tribunal prohíbe a 22 directivos de medios salir de Venezuela". EL TIEMPO, Mayo, 13. <http://www.eltiempo.com/mundo/latinoamerica/tribunalprohíbe-a-directivos-de-medios-salir-de-venezuela/15743875>.
- LASÉN, Amparo & MARTÍNEZ DE ALBÉNIZ, Iñaki. (2008), "Movimientos, movidas y móviles: un análisis de las masas mediatizadas", in I. Sádaba & A. Gordo (eds), *Cultura digital y movimientos sociales*, Madrid, Ed. La Catarata.
- LASORSA, Dominic; LEWIS, Seth & HOLTON, Avery. (2011), "Normalizing Twitter. Journalism practice in an emerging communication space". *Journalism Studies*, 13(1): 19-36.
- LOBO-GUERRERO, Catalina. (2015), "El diario opositos "tal Cual" es la última víctima del cerco a la prensa". *El País*, Febrero, 26. [http://internacional.elpais.com/internacional/2015/02/26/actualidad/1424988906\\_080895.html](http://internacional.elpais.com/internacional/2015/02/26/actualidad/1424988906_080895.html).
- MCADAM, Doug; TARROW, Sidney & TILLY, Charles. (2001), *Dynamics of contention*. New York, Cambridge University Press.
- MELUCCI, Alberto. (1999), *Acción colectiva, vida cotidiana y democracia*. México, El Colegio de México.
- MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA LA COMUNICACIÓN Y LA INFORMACIÓN (2014), *Protestas han dejado 42 muertos, 873 lesionados y 224 privados de libertad*. <http://www.minci.gob.ve/2014/05/protestas-han-dejado-42-muertos-873-lesionados-y-224-privados-de-libertad/>.
- MURTHY, Dhiraj. (2011), "Towards a Sociological Understanding of Social Media: Theorizing Twitter". *Sociology*, 46(6): 1059-1073.
- PAPACHARISSI, Zizi & OLIVEIRA, Maria. (2012), "Affective news and networked publics: The rhythms of news storytelling on #Egypt". *Journal of Communication*, 62(2): 266-282.
- PIÑA, Elsa. (2010), "Intolerancia a la crítica y hegemonía comunicación menoscaban libertad de expresión", in O. Rincón (ed.), ¿Por qué nos odian tanto? Estado y medios de comunicación en América Latina, Bogotá, Friedrich Ebert Stiftung.
- RABAN, Daphne; RONEN, Inbal & GUY, Ido. (2011), "Acting or reacting? Preferential attachment in a people-tagging system". *Journal of American Society for Information Science and Technology*, 62(4): 738-744.
- RAMÍREZ, María (2007), "Escenarios de comunicación en una Venezuela polarizada: del Grupo Cisneros a la Ley Resorte", *Zer*, 22: 283-300
- REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA (2005), *Providencia Administrativa a través de la cual se reforman las normas técnicas sobre las condiciones de prestación de los servicios de radio y televisión, publicadas en la gaceta oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 38.153, de fecha 28 de marzo de 2005*. Caracas, Author. [http://www.leyresorte.gob.ve/wpcontent/uploads/2012/07/reforma\\_de\\_las\\_normas\\_tecnicas5.pdf](http://www.leyresorte.gob.ve/wpcontent/uploads/2012/07/reforma_de_las_normas_tecnicas5.pdf).
- \_\_\_\_\_. (2007), *Proyecto Nacional Simón Bolívar*. Caracas, Author.
- \_\_\_\_\_. (2010), *Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos*. Caracas, Author. <http://www.nci.tv/archivos/Ley-de-Responsabilidad-Social-en-Radio-Televisión-y-Medios-Electr%C3%B3nicos.pdf>.
- RHEINGOLD, Howard. (2004), *Multitudes inteligentes. La próxima revolución social*. Madrid, Gedisa.
- ROBINSON, Douglas (1997), *What is Traslation?: Centrifugal Theories, Critical Intervention*. Ashland, Kent State University Press.
- RSF. (2009), *Clasificación Mundial 2009 de Reporteros Sin Fronteras*. Francia, RSF. <http://es.rsf.org/press-freedom-index-2009,1001.html>.
- SAID, Elias; SERRANO, Ana; GARCÍA DE TORRES, Elvira & YEZERS'KA, Lyudmyla. (2012), "The management of the Social Media at the Iberoamerican's mass media". *Communication & Society*, 26(1): 69-94.

- SAID, Elias & ARCILA, Carlos. (2013), "Online Opinion Leaders in Latin America and the Middle East: the case of the Top 20 most-viewed *Twitter* users". *Informação & Sociedade: Estudos*, 23(2): 139-155.
- SCHUSCHNY, Andrés. (2009), "Democracia Recargada: en la Red se puede", *Revista Crítica*, 959: 42-47.
- SEGERBERG, Alexandra & BENNETT, W. Lance. (2011), "Social media and the organization of collective action: Using *Twitter* to explore the ecologies of two climate change protests", *Communication Review*, 14: 197-215.
- SPIRO, Rand J. & JEHNG, Jihng-Chang (1990), "Cognitive flexibility and hypertext: Theory and technology for the nonlinear and multi-dimensional traversal of complex subject matter", in D. Nix & R. Spiro (eds.), *Cognition, education and multimedia: Exploring ideas in high technology*, Hillsdale, Lawrence Erlbaum.
- STODDART, Mark & TINDALL, David. (2010), "'We've also become quite good friends': Environmentalists, social networks and social comparison in British Columbia, Canada", *Social Movement Studies*, 9(3): 253-271.
- TARROW, Sidney & MCADAM, Doug. (2005), "Scale shift in transnational contention", in D. Della Porta & S. Tarrow (eds.), *Transnational protest and global activism*, Lanham, Rowman & Littlefield.
- TILLY, Charles. (2005), "Los movimientos sociales entran en el siglo veintiuno", *Política y Sociedad*, 42(2): 11-35.
- TILLY, Charles & TARROW, Sidney. G. (2007), *Contentious politics*. Boulder, Paradigm Publishers.
- TOURAINÉ, Alain. (2006), "Los movimientos sociales". *Revista colombiana de sociología*, 27: 255-278.
- TREMAYNE, Mark. (2014), "Anatomy of Protest in the Digital Era: A Network Analysis of *Twitter* and Occupy Wall Street". *Social Movement Studies*, 13(1): 110-126.
- WEFFER, Laura. (2007), "El socialismo necesita una hegemonía comunicacional". Entrevista a Andrés Izarra", *El Nacional*, January, 8.

**TWITTER E MOBILIZAÇÃO SOCIAL NA VENEZUELA**

Elias Said-Hung e Jorge Valencia-Cobos

**Palavras-chave:** Movimentos sociais; Mídias sociais; Protestos; A participação cidadã; *Twitter*.

Este trabalho visa estabelecer as características relevantes sobre movimento social feito através do *Twitter*, como resultado dos protestos ocorridos na Venezuela, durante os meses de fevereiro e março de 2014. Este estudo está enquadrado em uma pesquisa qualitativa e quantitativa. Os resultados principais nos permitem observar o surgimento de participações políticas não convencionais, no cenário político e social da Venezuela. Os conteúdos selecionados para o desenvolvimento deste trabalho foram divulgados pelos usuários através das *hashtags*.

**TWITTER AND SOCIAL MOBILIZATION IN VENEZUELA**

Elias Said-Hung and Jorge Valencia-Cobos

**Keywords:** Social movements; Social media; Protests; Citizen participation; *Twitter*.

This paper aims to establish relevant features about social movement made through *Twitter*, as a result of the protests in Venezuela, during February and March, 2014. This study was part of a qualitative and quantitative perspective research. The main results allow us to observe the emergence of unconventional political participations, at least in the Venezuelan political and social scene, led by mainstreaming contents disseminated by users through the hashtags selected for the development of this work.

**TWITTER ET LA MOBILISATION SOCIALE AU VENEZUELA**

Elias Said-Hung et Jorge Valencia-Cobos

**Mots-clés:** Les mouvements sociaux; Media sociaux; Manifestations; Participation citoyenne; *Twitter*.

Ce document vise à établir les caractéristiques pertinentes au sujet de mouvement social fait grâce à *Twitter*, à la suite des protestations organisé au Venezuela, pendant les mois de Février et Mars 2014. Cette étude est encadré dans une perspective qualitative et quantitative la recherche, les principaux résultats nous permettent d'observer l'émergence d'intérêts politiques non conventionnelles, au moins dans la scène politique et sociale du Venezuela, dirigé par l'intégration de contenus diffusés par les utilisateurs à travers les hashtags sélectionnés pour le développement de ce travail.

**TWITTER Y MOVILIZACIÓN SOCIAL EN VENEZUELA**

Elias Said-Hung y Jorge Valencia-Cobos

**Palabras claves:** Movimientos sociales; Social media; Protestas; Participación ciudadana; *Twitter*.

El presente trabajo busca establecer las características relevantes sobre el movimiento social realizado a través de *Twitter*, como resultado de las protestas llevadas a cabo en Venezuela, durante los meses de febrero y marzo de 2014. Este estudio se enmarcó en una perspectiva cuali y cuantitativa de investigación, cuyos resultados principales nos permiten observar el surgimiento de participaciones políticas no convencionales, en el escenario político y social venezolano. Los contenidos seleccionados para el desarrollo de este trabajo fueron divulgados por los usuarios a través de las *hashtags*.