



**UNIVERSIDAD CASA GRANDE
FACULTAD DE COMUNICACIÓN MÓNICA HERRERA**

“PROYECCIÓN DE IMAGEN DE ECUADOR DURANTE LAS PROTESTAS 2019. ANÁLISIS DE LA GESTIÓN DE COMUNICACIÓN DE CRISIS GUBERNAMENTAL EN TWITTER.”

Elaborado por:

CAROLINA STEPHANÍA FARFÁN JURADO

GRADO

Trabajo de Investigación Formativa previo a la obtención del Título de:

Licenciada en Comunicación Social, con mención en Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional

Guayaquil – Ecuador

Noviembre 2020



**UNIVERSIDAD CASA GRANDE
FACULTAD DE COMUNICACIÓN MÓNICA HERRERA**

“PROYECCIÓN DE IMAGEN DE ECUADOR DURANTE LAS PROTESTAS 2019. ANÁLISIS DE LA GESTIÓN DE COMUNICACIÓN DE CRISIS GUBERNAMENTAL EN TWITTER.”

Elaborado por:

CAROLINA STEPHANÍA FARFÁN JURADO

GRADO

Trabajo de Investigación Formativa previo a la obtención del Título de:

Licenciada en Comunicación Social, con mención en Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional

**DOCENTE INVESTIGADOR
Gabriela Baquerizo Neira**

**CO-INVESTIGADOR
Estefanía Luzuriaga Uribe**

**Guayaquil, Ecuador
Noviembre 2020**

Nota introductoria

El trabajo que contiene el presente documento integra el Proyecto Interno de Investigación-Semillero "Proyección de imagen de Ecuador, Chile y Colombia durante las protestas 2019. Análisis de la gestión de comunicación de crisis gubernamental en Twitter", propuesto y dirigido por el/la Docente Investigador(a) Gabriela Baquerizo Neira, acompañada de la Co-investigador(a) Estefanía Luzuriaga Uribe, docentes de la Universidad Casa Grande.

El objetivo del Proyecto Semillero es determinar la proyección de imagen de Ecuador, Chile y Colombia durante las protestas de 2019, a través del análisis del discurso gubernamental en Twitter.

El enfoque del Proyecto es de tipo experimental, el alcance es descriptivo - comparativo y tiene un enfoque mixto. La estrategia para el procesamiento de los datos es un análisis de contenido digital de corte cualitativo. La investigación se realizó durante el año 2020.

Resumen

Esta investigación busca identificar a que público se dirigió la comunicación gubernamental, las características de la estrategia de comunicación que se utilizó, e identificar si se estableció estrategias gubernamentales por los principales voceros y actores políticos durante las protestas de octubre del 2019 en la plataforma de microblogging Twitter, a partir del caso de estudio de Lenín Moreno, Otto Sonnenholzner, Juan Sebastián Roldán, José Valencia, María Paula Romo, Richard Martínez, General Oswaldo Jarrín, y la Policía Nacional. Se utilizaron las herramientas Crimson Hexagon, y Brandwatch para la extracción de los tweets, y análisis de contenido. Como principales resultados, todos se dirigieron a la ciudadanía en general, su comunicación fue unidireccional con mensajes que aportaron certidumbre indicando soluciones o compensaciones para superar la crisis, denominada como crisis y caos. En fin, se utilizó Twitter como una herramienta de enfoque informativa y no se implementaron estrategias gubernamentales en el microblogging.

Palabras claves: Comunicación política, comunicación gubernamental, comunicación política digital, comunicación estratégica, redes sociales, twitter, protesta social, imagen, crisis.

Abstract

This research seeks to identify the audience the audience for the government communication, the characteristics of the communication strategy that was used, and identify whether government strategies were established by the main spokespersons and political actors during the protests of October 2019 on the microblogging platform Twitter, based on the case study of Lenin Moreno, Otto Sonnenholzner, Juan Sebastian Roldan, Jose Valencia, Maria Paula Romo, Richard Martinez, General Oswaldo Jarrin, and the National Police. The Crimson Hexagon and Brandwatch tools were used for the extraction of tweets and content analysis. As the main results, all were to the general public, their communication was unidirectional with messages that provides certainty indicating solutions or compensation to overcome the crisis, known as crisis and chaos. In short, Twitter was used as an informative approach tool and government regulations were not implemented in microblogging.

Keywords: Political communication, government communication, digital political communication, strategic communication, social networks, twitter, social protest, image, crisis.

Tabla de contenido

Introducción.....	6
Antecedentes.....	7
Marco Conceptual.....	13
Desarrollo de conceptos.....	13
Estado del arte.....	20
Sistema de objetivos	25
Objetivo general.....	25
Objetivos específicos	25
Diseño metodológico	26
Planteamiento de la investigación:.....	26
Métodos	26
<i>Estudio de casos</i>	26
<i>Análisis de contenido cualitativo</i>	27
<i>Libro de código</i>	29
Unidad de análisis	31
Muestra	32
Consideraciones éticas	32
Resultados.....	32
Discusión de resultados	48
Conclusiones y recomendaciones	51
Referencias	53

Introducción

El principal propósito de esta investigación se centra en el interés por indagar como se desarrolló la comunicación estratégica dentro de las redes sociales, específicamente la herramienta de Twitter en un contexto de comunicación gubernamental y crisis debido a manifestaciones, y protestas por medidas económicas anunciadas por los gobiernos. El proyecto tiene como objetivo determinar la proyección de imagen de Ecuador durante las protestas del año 2019, a través del análisis del discurso gubernamental en Twitter. Desde las nociones de comunicación política, comunicación política digital, comunicación estratégica, comunicación gubernamental, imagen, redes sociales, y estallido social o protestas. El presente proyecto se presenta como semillero de la Universidad Casa Grande por las docentes Gabriela Baquerizo y Estefanía Luzuriaga.

En miras de cumplir con el objetivo, se realizó un análisis a través de los tweets de las sus principales voceros y actores políticos asignadas de cada país de estudio. Además, para la recolección de datos se recurrió a la aplicación de herramientas metodológicas como análisis de contenido digital y framing.

A través, del análisis de contenido, se busca especificar cuáles fueron las estrategias de comunicación aplicadas dentro de la red social Twitter, categorizando los mensajes que se intentó transmitir por parte de los actores políticos participantes.

Esta investigación se enfoca en Ecuador en particular las estrategias de comunicación gubernamental que utilizaron los principales actores políticos y voceros durante la temporalidad de las protestas suscitadas en el año 2019 en la plataforma microblogging Twitter.

La investigación se justifica, por la búsqueda de conocimiento sobre si existe una carencia de la implementación de la red social Twitter como canal de comunicación por parte de las entidades gubernamentales en el contexto de crisis y protestas sociales, en este caso por el anuncio de las

medida económicas. Y, en caso de existir, se prosigue a una revisión y análisis sobre la forma en que fueron empleadas, es decir si se estableció una comunicación unidireccional o bidireccional, por ende el tipo de contenido.

El aporte de esta investigación es el conocimiento sobre las estrategias de comunicación para la posibilidad de ser aplicadas por las entidades gubernamentales en futuras crisis, y darle un uso positivo y efectivo a la herramienta twitter que permita sobrellevar o aliviar la situación que se genere. Por otro lado, beneficia la imagen externa e interna como país. Además, de incentivar a expertos en el campo de investigación, politólogos, y comunicadores a iniciar estudios, ya sean estos a nivel académico o profesional sobre el tema.

Para efectos de esta investigación, se va a utilizar la cronología de tiempo de las cuentas de @Lenin, @ottosonnenh, @juanseroldan, @mariapaularomo, @FinanzasEc, @DefensaEc, @PoliciaEcuador, y @ValenciaJoseEc. A partir de la aplicación de las herramientas Crimson Hexagon, y Brandwatch para la extracción de tweets de las cuentas indicadas.

La investigación busca responder a la siguiente pregunta: ¿Los actores políticos y voceros utilizaron el microblogging twitter como medio de comunicación durante las protestas de octubre del 2019 en Ecuador?, y ¿Cuáles fueron las estrategias de comunicación empleadas para gestionar la comunicación durante las protestas de octubre del 2019 en Ecuador?

Antecedentes

En el año 2019, se generaron protestas a nivel de Latinoamérica por diversas razones que alteraron el orden público y dejó en evidencia la fragilidad institucional de algunos de los países de la región y se cuestionó la estabilidad democrática del continente. Por ende, existen algunos nominadores comunes en dichas protestas como el reclamo a los gobiernos por el estancamiento

económico, la corrupción, la desigualdad, y a la vez los problemas específicos a nivel nacional (Manjón, 2020). A pesar, que la crisis no es algo nuevo en Latinoamérica, el tiempo ha colaborado para que se consoliden mecanismos para procesar el conflicto. Adicional, el papel de las Fuerzas Armadas, ha sido rotundo y deja visible la debilidad de los gobiernos latinoamericanos (Manjón, 2020). Y, entre otras razones en Latinoamérica que impulsaron las protestas en general fueron los precios de los productos básicos, seguido por el desplome y/o estancamiento cuando cayeron los precios de exportaciones clave (Weissenstein, 2019).

Sin embargo, para entender la crisis suscitada en Ecuador se debe realizar una revisión sobre el Gobierno anterior. El Gobierno de Rafael Correa de nueve años estuvo marcado por la crisis económica y descontento social, debido a la caída de precio del petróleo se recurrió a un mayor endeudamiento público, por ende el recorte de la inversión pública. Además, de los proyectos de ley impulsados por el oficialismo como las reformas a los impuestos a la herencia, plusvalía y enmiendas constitucionales. Una de las crisis que se venía venir desde finales del 2014, fue el establecimiento de salvaguardias a las importaciones, para evitar la salida de dólares del país y proteger la producción nacional (Vera y Llanos, 2016).

Por lo que, se impuso una sobretasa extraordinaria por 15 meses a varios productos importados como alimentos de primera necesidad, ropa, tecnología entre otros, generando la caída de las exportaciones, incremento de venta al público y la disminución de la demanda. Por lo tanto, se dificultó la situación para los grandes negocios y otros experimentaron fuertes ajustes, cerrando locales y fábricas (Vera y Llanos, 2016).

En el 2015, se dio a conocer los proyectos de ley de herencia y plusvalía, proponían un paquete de modificaciones al régimen tributario de los impuestos a la herencia y plusvalía respectivamente. Entre el paquete de enmiendas institucionales se incluyó la reelección. Sin

embargo, en consecuencia de la presión social, se retiraron ambos proyectos de ley, manifestando la necesidad de asegurar un ambiente tranquilo durante la visita del Papa Francisco. Igualmente, el crecimiento de las atribuciones para las Fuerzas Armadas y el ataque a los medios de comunicación para suprimir la libertad de prensa y expresión. Y, se modificó el régimen laboral eliminando los contratos a plazo fijo y estableció el contrato indefinido como modalidad laboral por defecto (Vera y Llanos, 2016).

Por último, durante la época del gobierno de Rafael Correa, el país tuvo una bonanza derivada del aumento en el precio de las materias primas, provocando un crecimiento económico considerable, pero un alza del gasto público, es decir, del 25% del PIB a 44% entre el 2007 y 2014. Así como lo indica el economista ecuatoriano José Hidalgo, director general de la Corporación de Estudios para el Desarrollo (Cordes) a BBC Mundo “ese crecimiento tan grande del gasto público provocó un aumento del déficit fiscal”. Asimismo, señaló que “se generó un crecimiento insostenible de la deuda pública”. Por otro lado, se empezó a pre vender el petróleo, colocar bonos soberanos en el mercado internacional a tasas de interés elevadas en torno al 10%, y utilizar al Banco Central como prestamista del gobierno, a pesar de tener una economía dolarizada. Todas estas razones llevaron a la economía de Ecuador a la situación actual y lo que enfrentaría el próximo gobierno (Barría, 2019).

Por consiguiente, en el año 2017 cuando Lenín Moreno ganó la presidencia, reconoció la difícil situación económica que enfrentaba el país, aunque no estaba quebrado, y se debía a la falta de medida del gobierno anterior. Además, declaró que “no hay tal mesa servida, esa es la pura y neta verdad”, dijo Moreno en referencia a un comentario de enero del ex mandatario Rafael Correa (AP-Redacción, 2017). También, mencionó que “se podía haber sido un poquito más mesurado en dejar cuentas en mejores condiciones”, al referirse al manejo económico del gobierno anterior (AP-Redacción, 2017). A pesar de no dar cifras ni detalles sobre el tema, se conoció que el país registró

iliquidez fiscal desde el año 2014, provocando la paralización de obras, retrasos de diversas magnitudes en el pago de proveedores, y de salarios de empleados del sector público. Por lo que, expresó que “inevitablemente se requieren reformas estructurales, un plan económico y fiscal de cuatro años que promueva el equilibrio de cuentas públicas, reducción del endeudamiento y un programa económico que dé confianza, credibilidad para que crezca la economía, reducir el gasto público y eliminar leyes que desestimulan la inversión”, ante el panorama que se encuentra el país (AP-Redacción, 2017). De igual importancia, la serie de obligaciones, deudas y pasivos que mantiene el Estado con empresas petroleras, gobiernos locales, jubilados, y entre otros, como consecuencia del gobierno de Rafael Correa (Orozco & Angulo, 2017).

Debido a la crisis que dejó el Gobierno anterior, el Presidente Lenín Moreno creó medidas con el objetivo de liberar recursos para apoyar a los empresarios, en especial a las pequeñas y medianas empresas. De igual manera, explorar formas para reducir el gasto y formas de impulsar los ingresos, por lo que decidió dejar la Organización de Países Exportadores de Petróleo (EFE, 2019).

En Ecuador, el 1 de octubre del 2019, el Presidente Lenín Moreno comunicó a la población la implementación de las nuevas medidas económicas que se iba a dar a cabo en el país, incluido el Decreto Ejecutivo Nro.883, en el cual se resolvió reformar el Reglamento Sustitutivo para la Regulación de los Precios de los Derivados de los Hidrocarburos expedido mediante Decreto Ejecutivo Nro. 338, publicado en el Registro Oficial Nro. 73 de 02 de agosto de 2005 (Intriago, 2019). Dentro de las declaraciones, el Presidente Lenín Moreno señaló “A quienes sí vamos a pedir que hagan un esfuerzo adicional es a los que más tienen” (Silva, 2019).

Entre otras medidas se anunció, la reducción de 15 días de vacaciones a los empleados de las empresas públicas. En referencia a esto, el titular de Finanzas, Richard Martínez, explicó que “en el tema de la masa salarial, la reducción del período de vacaciones no tiene un efecto fiscal, pero sí de

productividad porque los ecuatorianos van a tener más acceso a los servicios públicos”. También, se aplicaba para contratos ocasionales, de nombramiento o provisionales en el sector público. Por otro parte, el ministro de Trabajo, Andrés Madero, resaltó que la reforma laboral buscaba fomentar el emprendimiento, la simplificación en la contratación, en paralelo a la generación de empleo, “para dar respuesta al subempleo” (EFE, 2019).

Asimismo, se indicaba una contribución especial de las empresas con ingresos de más de US\$10 millones anuales a las arcas fiscales, el aumento en los bonos de US\$69 a US\$84 que se entregan a las familias más pobres y una extensión del beneficio a 1.300.000 personas como medida de compensación, reducción de aranceles para la compra de maquinarias y supresión de impuestos a la importación de tecnología como celulares, computadores y autos con un valor inferior a US\$32.000 (Barría, 2019).

En resultado, de las medidas indicadas se provocó la convocatoria a un paro nacional iniciado por los sectores organizados de transporte, sumándose organizaciones estudiantiles, mujeres, trabajadores/as y otros movimientos sociales. Por consiguiente, el Presidente de la República declaró el estado de excepción a nivel nacional, suspendiendo el ejercicio del derecho a la libertad de asociación y reunión, limitando el derecho a la libertad de tránsito, disponiendo la realización de requisiciones y el establecimiento de zona de seguridad del territorio nacional, todo ello basado en el decreto ejecutivo No.884, el 03 de octubre del 2019 (Intriago, 2019). Además, según los datos de la Defensoría del Pueblo, el balance de las protestas se saldó en 8 muertos, 1.340 heridos, y 1.192 detenidos (Manjón, 2020).

Los actores involucrados fueron el Presidente Lenin Moreno, Secretario General de la Presidencia de la República del Ecuador Juan Sebastián Roldán, Canciller de la República José

Valencia, Ministro de gobierno María Paula Romo, Ministro de Defensa General Oswaldo Jarrín, Policía Nacional y Ministro de Finanzas Richard Martínez.

Al considerar el uso de la red de microblogging Twitter como herramienta o canal de comunicación dentro de la temporalidad de las protestas se obtuvo el número de seguidores, y tweets de cada actor involucrado que poseen actualmente. La información a detallar se obtuvo de las cuentas oficiales de Twitter de los actores mencionados anteriormente que fueron ingresadas en los programas Crimson Hexagon, y Brandwatch.

En el caso de Lenin Moreno, su perfil de Twitter [@Lenin]. Contó con 1 millón de seguidores, y 49 tweets. En el caso de Otto Sonnenholzner, su perfil de Twitter [@ottosonnenh]. Contó con 479K de seguidores y 22 tweets. En el caso de Juan Sebastián Roldán, su perfil de Twitter [@juanseroldan]. Contó con 78K de seguidores, y 125 tweets. En el caso de José Valencia, su perfil de Twitter [@ValenciaJoseEc]. Contó con 11.514,00 de seguidores, y 16 tweets. En el caso de María Paula Romo, su perfil de Twitter [@mariapaularomo]. Contó con 310K de seguidores, y 71 tweets. En el caso de Richard Martínez, su perfil de Twitter [@FinanzasEc]. Contó con 134 K de seguidores, y 174 tweets. En el caso del General Oswaldo Jarrín, su perfil de Twitter [@DefensaEc]. Contó con 167K de seguidores, y 142 tweets. Por último, Policía Nacional, en su perfil de Twitter [@PoliciaEcuador]. Contó con 1.1M de seguidores, y 510 tweets.

La información con la que se contestó los tres objetivos específicos, fue obtenida con las herramientas Crimson Hexagon, y Brandwatch para la extracción de los tweets, la cual extrajo desde el timeline de las cuentas de las personas analizadas. En tanto, para la codificación de las publicaciones se elaboró un libro de códigos, tomando la propuesta conceptual de Riorda (2011) sobre las dimensiones de la comunicación de crisis, donde se analizará únicamente los contenidos textuales de los tweets elaborados por el usuario.

Marco Conceptual

Desarrollo de conceptos

Norris (2002), define a la comunicación política como un proceso interactivo sobre la transmisión de información entre los políticos, medios de comunicación y el público (p. 127). Por lo tanto, los tres ámbitos dependen entre sí para obtener un resultado coherente entre lo que comunican los medios y políticos hacia la población, lo que implica el uso de las estrategias de comunicación. También, Canel y Sanders (2010) lo precisan como “provee de una comprensión singular de los contextos sociales y políticos en los que se produce la comunicación de un gobierno” (p. 20). Este concepto implica que el conocimiento de dicha comunicación se facilita a partir de los acontecimientos históricos y actuales suscitados en un país donde se genera la comunicación del gobierno.

Por consiguiente, Adriana Amado y Belén Amadeo (2013) determinan a la comunicación gubernamental como un método gestionado por un gobierno democrático para dar a conocer sus objetivos y posición a la opinión pública, con el fin de conseguir refuerzos en el desarrollo de políticas públicas (p. 43). Es decir, es el proceso en el cual construyen su imagen ante la población o ciudadanos para simpatizar con ellos y llevar a cabo sus objetivos. De esta manera, Delgado (2010) indica que “la comunicación política abarca a la comunicación gubernamental como aquel ejercicio que determina la agenda de gestión de instituciones, actitudes y procesos” (p. 2). Lo que quiere decir que una comunicación gubernamental no se puede ejecutar sin un conocimiento previo de lo que compone la comunicación política, porque si no existe dicho conocimiento dificulta el contenido del mensaje a comunicar y su forma de hacerlo.

Según, todo lo indicado por los autores citados se puede interpretar que ambas, es decir la comunicación política y la comunicación gubernamental están enlazadas, de lo contrario se puede

ocasionar una mala gestión por las entidades si se les trabaja como un solo concepto, y podría tener una repercusión negativa en vez de favorable.

Por otro lado, existe el ámbito de la comunicación política digital. Robertson, Vatrappu y Medina (2010) menciona que en la participación política digital las redes sociales ocupan un poder hegemónico. Plataformas destinadas a otras actividades varían su finalidad con el uso que la ciudadanía hace de ellas convirtiéndose en la arena y ámbito central de la ciberpolítica. En la actualidad estas redes se configuran como entornos socio-técnicos que permiten el discurso en la esfera pública (citado en Sánchez y Magallón. 2015, p.13). De nuevo, cabe reconocer el poder que tienen las redes sociales al momento de establecer una interacción política digital y por efecto el enfoque de su ejecución por parte de los ciudadanos, por ejemplo un espacio al diálogo o de una comunicación unidireccional.

Además, Lance Bennet y Alexandra Segerberg (2011), determina a la comunicación personalizada, en el contexto digital, consiste en proporcionar mayores oportunidades a las personas para definir los temas en sus propios términos y en red con otros y a través de los medios de comunicación social (citado en Sánchez y Magallón. 2015, p. 12). Es decir, que las personas tienen apertura para manejar dicha comunicación en base a sus propios beneficios y/o requerimientos y la forma en que deseen usarla con segundas o terceras personas por medio de redes sociales, sitios webs o plataformas digitales como YouTube y TED que existen hoy en día. Por ejemplo, la comunicación digital puede ser utilizada para fines de comunicación política, a través de acciones comunicativas con un fin determinado, ya sea en una red social en específico dentro de un contexto de crisis, protestas sociales o procesos electorales.

A este se argumentó suman, Bennet y Segerberg (2011) señalando que con el entorno digital, los repertorios han desarrollado una « acción conectiva» que permite a los ciudadanos activos compartir,

fusionar, reproducir y tolerar diferentes identidades políticas mientras el contenido viaja a un ritmo más rápido (citado en Sánchez y Magallón. 2015, p.12). En otras palabras, la creación de dicho medio para la disponibilidad de los diferentes fines personales individuales o grupales, lo que permite aceptar identidades políticas distintas, sin necesidad de mostrar apoyo o compartir su misma ideología. A la vez, el tiempo en que se demore transmitir la información deja de ser un problema o impedimento.

Por lo que, Sánchez y Magallón (2015) denotan que dichas tendencias condicionan la creación de una estrategia política digital con el fin de potenciar las virtudes y contrarrestar las deficiencias de las actividades políticas e identificar rasgos de la participación política en la red (p.10). Dentro de dichas tendencias Bolaños et al. (2015) aclara que “por tecnologías cívicas se pueden definir aquellas herramientas, plataformas, aplicaciones e infraestructuras digitales impulsadas por organizaciones de la sociedad civil, instituciones y empresas con el objetivo de implicar a la ciudadanía en la toma de decisiones públicas” (p. 490). Lo que significa que, el internet, el uso de las tecnologías cívicas y autonomía de acción influyen al formular dicha estrategia por parte de una institución en particular para proceder a su ejecución sin importar su intención en relación con la ciudadanía.

Por otra parte, la comunicación estratégica desde la perspectiva gubernamental, Riorda (2008) establece que “el trabajo del gobierno consiste entonces en conseguir que su mensaje se perciba como realidad, y su estrategia, la elección de las palabras con las que argumenta para su defensa y su causa” (p. 32). En otras palabras, dicha comunicación es la combinación de la recepción del mensaje como veraz por parte de un público y lo que conlleva. Además, de tener una coherencia entre lo que dice y quiere decir para poder lograr su objetivo en base al argumento propuesto.

Igualmente, Blumenthal (1980) designa “la comunicación estratégica de un gobierno como una campaña permanente, es decir la ideología política en el año 1980 y la combinación de la imagen con

el cálculo estratégico, calificando a dicha campaña como un programa de escenografía” (citado en Canel y Sanders. 2010, p.16). Con esto, se puede interpretar que dicha comunicación no tiene un final, sino que es un trabajo de proyección de imagen a largo plazo y se compone de varios elementos.

De la misma forma, Scheinsohn (2009), informa que “un programa de comunicación estratégica incluye el uso de campañas, las que se coordinarán entre sí en la búsqueda de un efecto sinérgico, de modo de, además de lograr el objetivo táctico, contribuir a un fin estratégico” (p. 95). De nuevo, subraya la relación entre la utilización de campañas para llegar a un objetivo de mediano plazo, sin dejar de lado la estrategia.

Por último, lo presentado sobre la definición de dicha comunicación de los diversos autores, se lo puede corroborar con lo citado por Pérez y Canel (2006; 2007), alude que “la comunicación estratégica consiste en la capacidad de gestionar mensajes y significados para lograr persuadir a los interlocutores en un proceso de interacción” (citado en Preciado y Guzmán. 2012, p. 131). Es decir, que esta comunicación no se basa en solamente comunicar, por lo contrario, implica establecer acciones encaminadas hacia un objetivo determinado para generar una reacción en el público e interacción con ellos, haciendo uso de los diversos canales de comunicación, por ejemplo redes sociales.

En relación a las redes sociales, Campos (2008) apunta que:

Las redes sociales se configuran con un nuevo sistema de entretenimiento y también de información, que toma elementos, recursos y características de los medios tradicionales pero que incorpora tanto un nivel de interacción como un modelo de negocio más magro (pp. 277-286).

Siguiendo el mismo enfoque, Islas (2008) dice que “toman características de los viejos operadores para enriquecer la innovación. Las nuevas redes se apropian de aspectos de los medios

anteriores” (citado en Campos. 2008, pp. 277-286). De forma similar Cancelo y Gadea (2013), destacan que “se han convertido por lo tanto en un emisor de mensajes paralelos que introducen información nueva o reactiva a las demandas de sus usuarios” (p. 24). Y, continúa diciendo que “a diferencia de las redes sociales físicas o tradicionales, las redes sociales en internet presentan un acceso directo entre usuarios. Destacando especialmente las acciones de comunicación directa, cooperación y creación de comunidad” (p. 25). Mejor dicho, las redes sociales son un vehículo de comunicación entre el emisor y el receptor.

De este modo, en base a los autores se comprende que las redes sociales son sinónimo de interacción a pesar de conservar similitudes con los medios tradicionales como informar y/o entretener. Además, que no solo crean nuevas comunidades, sino que permite una interacción simultánea entre ellas.

En específico, en la red social Twitter, Meunier (2013), menciona que “es un espacio de expresión, donde el usuario puede escribir cualquier idea o pensamiento” (p. 1052). A esto le suma que “es necesario aclarar a los funcionarios y servidores públicos que si bien son libres de dar el uso que mejor consideren a sus cuentas de Twitter, también deberán ser responsables con el tipo de información oficial que difunden en la red” (p. 1053). Mejor dicho, a pesar de ser un espacio libre de uso, se debe considerar los fines con el que se utiliza y su contenido desde el contexto gubernamental. De igual manera, Campos - Domínguez (2017), describe el abordaje de Twitter desde los contextos de comunicación política y como canal de comunicación diciendo “Twitter proporciona una plataforma para que todos estos actores se comuniquen y, al mismo tiempo, provean contenidos para su comunicación, ya que posibilita que la información sea simultánea, diferenciada, transmitida y recibida por todas las partes” (p.786).

En general, como lo explican los tres autores, es una plataforma que permite una interacción simultánea, bidireccional e interactiva, además de ofrecer contenido a fines de los intereses y objetivos personales que se establezcan desde los contextos de la comunicación y comunicación política.

En relación a la imagen, Mitchell (2009), encamina a la teoría de la imagen como “la noción misma de una teoría de las imágenes sugiere un intento de controlar el campo de representaciones visuales con el discurso verbal” (p. 17). Lo que quiere decir que se ejerce un control sobre el contenido visual a través de las palabras a utilizar sobre el mensaje a comunicar para evitar la distorsión en el mismo, lo que puede resultar a favor dentro del contexto de la comunicación gubernamental. Por otro lado, se plantean estrategias de restauración de imágenes, Benoit (1995) las clasifica en “negación, evasión de responsabilidad, reducción de la pérdida de efectividad del evento, acción correctiva y mortificación” (citado en Jesper Stromback y Spiro Kiouisis. 2011, p. 216). De hecho, las categorías mencionadas pueden ser implementadas dentro de una estrategia de comunicación gubernamental acorde a sus intereses. Y, Cusot (2019), expresa que “la imagen de gobierno se construye a partir de diversos aspectos que mantengan o generen el actor político, es decir desde lo que es, dice que es y dicen que es los ciudadanos” (pp. 92,93).

De este modo, en base a los tres autores se interpreta que el contenido, léxico, estrategias de restauración de imagen y el proceso de la construcción de imagen de un gobierno serán la clave para generar una positiva o negativa proyección de imagen de un país desde aspecto interno y externo.

Por el contrario, se puede generar una crisis. Ricoeur (1988:12) expone que “las crisis nace en una interacción en la que el compromiso es una lucha con la tendencia a la inercia, a la fuga, a la deserción” (citado en Svampa, 2016, p. 143). Por el mismo enfoque, Koselleck (2002) la resumen en “el concepto indica inseguridad, desgracia y prueba, y refiere a un futuro incierto, cuyas condiciones

no pueden ser lo suficientemente elucidadas” (p. 236). Lo que significa que la crisis es la consecuencia del abandono sobre un acuerdo y/o promesa. Si olvidar, de la falta de claridad, y lo que transmite como un mensaje de negatividad. Dentro del contexto politólogo, O’Connor (1897:93), se remonta a la teoría marxista acotando que “en la teoría marxista, las crisis son mecanismos de la reestructuración del modelo de acumulación” (citado en Von Haldenwang, 1990, p. 68). Es decir, que se ejecutan cambios que favorecen a la propiedad privada con riquezas y asignación de recursos por medio del mercado.

En base a los tres autores, se puede concretar que la crisis es la consecuencia de la falta de responsabilidad y palabra de cumplir lo prometido, de claridad en la comunicación y la percepción de negatividad que se le otorga. Sin dejar de lado, el favoritismo a la propiedad privada.

Por consiguiente, dentro de la crisis también se ejercen las protestas sociales. Scribano & Schuster (2001), plantean que:

La protesta social es un fenómeno planetario, hay protestas sociales en casi todos los países del mundo. Esto se debe a que ningún sistema político agota en su representación todos los intereses sociales, los que, por otra parte, tampoco están dados de una vez y para siempre como un conjunto completo, sino que se construyen y amplían todo el tiempo (p. 9).

En otras palabras, las protestas se generan por la falta de compromiso de los gobernantes para verlas por los intereses sociales de los ciudadanos por tiempo indefinido. Jenkins (1995), explica que “la protesta social es intrínsecamente un acto político, porque los estados regulan el comportamiento político con el que operan los manifestantes, y porque el post-juicio social es, por lo menos implícitamente, un reclamo para la representación política” (p.8).

En resumen, las protestas sociales se generan por un propósito político en particular o varios, ya sean estos por parte del Gobierno, entidades gubernamentales y/o ciudadanos que buscan fines individuales. Por otra parte, buscan darse a conocer en caso de no serlo o crear una visibilidad permanente para ser considerados en las decisiones políticas en un tiempo específico o a futuro, ya sean individuales o colectivas.

Estado del arte

A continuación, se presenta un estado del arte sobre la comunicación de crisis y la implementación de la herramienta de la red social twitter dentro del contexto de protestas por medidas económicas y comunicación gubernamental, a partir de casos de estudio se procede a una revisión de investigaciones realizadas sobre Argentina, Perú, y Ecuador por diversos autores.

El estudio sobre el caso de Argentina “los enunciadores políticos de la protesta por el aumento de tarifas en Argentina. Un análisis hipermediático de un movimiento social contemporáneo” por Slimovich (2017), se realizó a través de la articulación de herramientas provenientes de la socio semiótica de los medios masivos y la teoría de la meditación de lo político veroniana, las derivadas del modelo analítico de la circulación contemporánea, y la aproximación a un modo de estudio los movimientos sociales asociando a estas conceptualizaciones con el enfoque de la comunicación de Castell. Se concluyó, que en las protestas suscitadas se conformó un colectivo sociopolítico en un espacio híbrido, es decir se ancla a un hashtag, y a la vez ocupa el espacio urbano (p. 10).

De igual manera, Calvo y Aruguete (2016) realizan un análisis de la producción discursiva en Twitter de la comunidad de seguidores del gobierno de Mauricio Macri y sus opositores. Se evidencia que el Gobierno falló en generar atracción en sus propios seguidores en relación a la

corrupción, mientras que los mensajes de los opositores se desarrollaron con más velocidad (citado en Slimovich 2017, p. 26).

En un estudio llamado “Twitter como vía para mediar conflictos sociales: análisis del caso #Conga, Perú” de Farías (2017), se presenta un análisis a partir del proyecto minero Conga y sus consecuencias de la extracción, además de la reacción de sus opositores. La minería en dicho país tiene una participación efectiva en la inversión, exportaciones, tributos, empleo, entre otras variables económicas de mayor grado (p.1). El propósito de la investigación fue comprobar si twitter es una vía que puede llevar a mediar conflictos sociales, y si puede aportar a la generación de un diálogo que contribuya a un mejor conocimiento del conflicto a través del intercambio de posturas e información (pp. 2-3).

El diseño metodológico a emplearse fue de carácter cuantitativo, en específico la técnica de análisis de contenido. La muestra fue recogida bajo cuatro filtros como búsqueda de los mensajes haciendo uso del hashtag #conga en twitter, delimitación del espacio temporal de enero a diciembre del 2016 en Perú, identificación de los gestores involucrados en el conflicto, y la revisión de los perfiles de quienes publicaron para verificar que pertenezcan a la clasificación de los gestores involucrados. A los gestores se los dividió en Instituciones del Estado, Autoridades eclesiásticas, Políticos, Medios de comunicación, Organizaciones, Minera Yanacocha y Periodistas (p. 3). Dentro del análisis de contenido se consideró las siguientes variables: gestor del tweet, postura del tweet en relación a la viabilidad de Conga, tono del tweet publicado, lenguaje del tweet publicado, el autor del tweet menciona a otro gestor involucrado, links incluidos en el tweet, y links incluidos en el tweet. Dentro de los links incluidos en tweet, se considera de géneros de opinión, estudios e informes técnicos profesionales, entrevistas, video complementario, otra red social, e imagen complementaria en el tweet. También, retweet compartido en el tweet y, respuesta al tweet publicado, autor de los

comentarios de tweet, interacción generada en los comentarios, y clasificación de los comentarios (pp.33- 40).

En los resultados, el análisis de contenido demostró que Twitter no fue utilizado como vía de comunicación en el conflicto. En general, se utilizó como canal de difusión de diversas informaciones, pero no como espacio de participación y diálogo entre los gestores involucrados del conflicto. Al contrario, siguen apostando por los medios tradicionales (p.58.).

En otro estudio sobre Perú de Muro-Ampuero y Bach (2019), dentro del contexto de conflictos sociales “Twitter: #agoravirtual de participación política y reproducción de la opinión pública”, que se basaba en rebajar los derechos laborales de los jóvenes (p. 193). Se propuso como objetivo principal indagar si twitter es una plataforma que da apertura al diálogo y la participación política entre sus usuarios dentro del contexto de sociopolíticos conflictivos. Para poder ejecutar este estudio, se consideró herramientas de análisis como la noción de opinión pública y elementos propios que conforman la red social, entendido como género discursivo, que son empleados como estrategias argumentativas por los usuarios de esta red social (p. 194). Dentro de la muestra de análisis, se realizó una recolección de tweets de una temporalidad de diciembre del 2015 a enero del 2016 que incluye la revisión de 379 noticias de los portales web de los periódicos La República y El Comercio (164 y 215 noticias, respectivamente), los periódicos de mayor credibilidad y prestigio en dicho país, la identificación en las noticias revisadas de las fechas, los hashtags más relevantes para la Ley Pulpín, y las marchas que se ocasionaron en torno a dicha ley (p. 197).

Para ello, se identificaron las siete fechas más relevantes entre la promulgación de la Ley Pulpín y su posterior derogación, a saber. La primera, el 16 de diciembre de 2014, fecha de publicación de la ley núm. 30288 en el diario oficial de la República, El Peruano. La segunda, el 18 de diciembre de 2014, fecha en que tuvo lugar la primera marcha contra la Ley Pulpín. La tercera, el

22 de diciembre de 2014, cuando se realizó la segunda marcha en contra de ley. La cuarta, el 29 de diciembre de 2014, fecha de la tercera marcha. La quinta, el 15 de enero de 2015, fecha en la que se realizó la cuarta marcha. La sexta, el 26 de enero de 2015, fecha en la que hubo la quinta y última marcha contra la ley y, finalmente. La séptima, el 27 de enero de 2015, fecha en la que la Ley Pulpín fue derogada, a través de la promulgación de la Ley 30300. Por último, el seguimiento de siete *hashtags* entre el 16 de diciembre de 2014 y el 27 de enero del 2015. Se consideró que estos siete *hashtags* eran los más relevantes puesto que hacían alusión directamente a aspectos significativos de la ley y las marchas. Así, los *hashtags* elegidos fueron: #leyjuvenil, #LeyPulpín, #18D, #regimenlaboraljuvenil, #ConoceLeyJuvenil, #abugattasteoye, y #leylaboraljuvenil (p. 198).

También, se buscó generar categorías que puedan ser replicables en contextos similares. Entre las cuales se consideraron: estrategias del hashtag, de la arroba, del retweet, y del tipo tweet. Dentro de cada una de ellas se establecieron subcategorías como interno y externo a la frase a la frase, direccionado, referencial, para ampliar, para cuestionar, para informar, para mostrar afiliación, para oponerse, para responder, de convocatoria, de opinión, informativo, propósito, reflexivo, y troll (pp. 198- 199). Dentro de los usuarios involucrados se tomó en cuenta a las cuentas de entidades gubernamentales (p. 205). Los resultados que arrojó la investigación fue que a través de los elementos discursivos que configuran el género de la red social, permiten consolidar a la plataforma como un espacio alternativo para el desarrollo de la opinión pública, y la participación en cuestiones políticas por medio del carácter dialógico. El análisis de cada una de las categorías permitió destacar la complejidad e importancia de los elementos digitales de Twitter como herramientas de expresión por parte de los usuarios. De esta manera, se concluyó que dicha red permitió el diálogo, y participación política de sus usuarios en el marco de las marchas contra la Ley Pulpín. De modo, que fue una herramienta estratégica, y muy útil en el desarrollo del debate político surgido a partir de la

ley y que contribuyó a la derogación de una ley injusta contra la población peruana, en específico contra los jóvenes (pp. 207-208).

En relación de Ecuador, se llevó a cabo un estudio sobre las protestas que se desarrolló en contra de los proyectos de ley que incluían las reformas a los impuestos a la herencia y plusvalía del año 2015 dentro de “Ecuador: La democracia después de nueve años de la Revolución ciudadana de Rafael Correa” Sofía Vera y Santiago Llanos (2016). Las fuentes que se utilizaron fueron el CAAP, Centro Andino de Acción Popular y Proyecto GDELT, que posee base de datos de eventos de protestas en el mundo. En conclusión, la respuesta por parte del Gobierno fue de confrontación, la defensa de la “Revolución Ciudadana”, la intervención policial, y detenciones arbitrarias (pp. 169 – 170). De igual manera, se evidenció que los medios a utilizar fueron la televisión abierta, y el microblogging Twitter. Ambos medios los uso para efectuar acusaciones contra los opositores de forma directa, y reprendió de forma expresa a diversos usuarios de Twitter que no estaban de acuerdo con su régimen. Además, en Twitter pidió a sus seguidores participar en la redes con el eslogan “somos más, muchísimos más”, para sacar del anonimato a dichos usuarios. Sin embargo, su principal medio de comunicación fue la sabatina transmitida por televisión abierta. (p. 155). En otras palabras, el gobierno dejó en segundo plano al microblogging Twitter como una herramienta de diálogo. Por el contrario, estableció una comunicación unidireccional.

En conclusión, los gobiernos latino americanos han marginado la herramienta de Twitter desde el ámbito de la comunicación como una solución ante las diversas crisis de manifestaciones o protestas a nivel nacional, ya sea esta como un espacio de participación y vía de diálogo a favor de las entidades públicas, gobernantes, entre otros. Es decir dentro del contexto de la comunicación gubernamental, y las protestas mayormente relacionadas a medidas económicas como se ha evidenciado en los estudios revisados.

Por otra parte, al implementar dicha plataforma digital, y convertirla en parte de las estrategias de comunicación, se pueden obtener beneficios positivos tanto nacional e internacionalmente, como por ejemplo generar diálogos que permitan sobrellevar las crisis, y mejorar la proyección de imagen país. Otra vez, el estudio de la instauración de Twitter permite conocer los aportes que se pueden obtener de ella, las falencias que se causan al no usar la red social, y las futuras recomendaciones.

Sistema de objetivos

Objetivo general

Comprender la proyección de imagen de Ecuador durante las protestas de octubre del 2019, a través del análisis del discurso gubernamental en Twitter.

Objetivos específicos

- Identificar el público al que se dirigió la comunicación gubernamental durante las protestas de octubre del 2019, a través de la plataforma de microblogging Twitter en Ecuador.
- Describir las características de la estrategia de comunicación que se utilizó en el sitio de microblogging Twitter por parte de los principales actores políticos y voceros de Ecuador durante las protestas de octubre del 2019.
- Identificar las estrategias gubernamentales que los principales actores políticos y voceros de Ecuador utilizaron durante las protestas de octubre del 2019 en la plataforma de microblogging Twitter.

Diseño metodológico

Planteamiento de la investigación:

La investigación se plantea de tipo exploratoria, y no experimental con una aproximación cualitativa. Según Hernández et al. (2014), el enfoque cualitativo “utiliza la recolección, y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación” (p. 7). Por ende, se pueden generar hipótesis en cualquier estancia de la investigación. Asimismo, Patton (2011) define a los datos cualitativos como “descripciones detalladas de situaciones, eventos, personas, interacciones, conductas observadas y sus manifestaciones” (citado en Hernández et al., 2014, p. 9). Lo que significa, que son interpretaciones en base a la información estudiada.

En relación, a la investigación exploratoria según Gómez (2006) indica que “los estudios exploratorios se efectúan, normalmente, cuando es necesario examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes” (p. 65). En otras palabras, se implementa cuando se quiere estudiar un acontecimiento ocurrido en una temporalidad específica, como es el caso de las protestas suscitadas en Ecuador durante el mes de octubre que no ha sido estudiado a profundidad, y lo único que se conoce es lo que se difundió a través de los medios de comunicación, además de los comunicados oficiales por parte de las entidades gubernamentales.

Métodos

Estudio de casos

El estudio de casos se sitúa dentro de la investigación de enfoque cualitativa. Según López (2013), señala que “es la investigación empírica de un fenómeno del cual se desea aprender dentro de

su contexto real cotidiano” (p. 140). Además, de su importancia “es especialmente útil cuando los límites o bordes entre fenómenos y contexto no son del todo evidentes, por lo cual se requieren múltiples fuentes de evidencia” (p. 140).

De igual manera, Yin (1984), explica que “a través del mismo se puede registrar y describir la conducta de las personas involucradas en el fenómeno estudiado” (citado en López, p. 140). Es decir, que el método de estudio de casos se implementa al estudiar una situación en específico dentro de una realidad a profundidad a partir de varias fuentes o participantes.

Análisis de contenido cualitativo

El análisis de contenido, según Frutos (2008) determina que:

Es un método que permite investigar con detalle profundidad cualquier material de la comunicación humana. En general, se puede analizarse un código lingüístico oral, icónico o gestual, cual sea el número de personas implicadas en la comunicación, pudiendo emplear cualquier instrumento de organización de datos” y, “el análisis de contenido se basa en la lectura de mensajes como instrumento de recogida de información, una lectura que debe realizarse siguiendo el método científico (p. 265).

Por consiguiente, Frutos (2008) señala que en relación a la investigación de análisis de contenido se deben seguir nueve pasos. Entre ellos, están “formular el objetivo de investigación, conceptualizar y operativizar las variables relevantes, elaborar el libro de códigos, y la ficha de análisis, muestrear los repertorios a analizar, codificar la muestra elegida, verificar la fiabilidad del proceso de codificación, y por último, analizar los datos” (pp. 265 – 276).

Etapas del proceso de análisis de contenido:

1. Selección de la muestra

Según Fernández (2002) recalca que:

Las muestras se hacen necesarias, dada la imposibilidad de estudiar toda la población, por posibles limitaciones de intereses, de tiempo y de recursos; en cuyo caso se debe seleccionar con base en los procedimientos estadísticos adecuados a cada caso en particular, como pueden ser: el muestreo aleatorio, el probabilístico, por cuota, el intencional, el accidental, el estratificado, de grupos, el sistemático, etc. (p.38).

2. Codificación

Según Fernández (2002), menciona que “la codificación consiste en la transformación de las unidades de análisis, categorías y subcategorías, identificadas en los pasos anteriores, en unidades de registro que permitan su descripción para el análisis posterior, luego de la cuantificación de las mismas” (p.39).

3. Cuantificación

Según Fernández (2002), establece que:

La cuantificación se hace principalmente por la asignación de números a las variables, lo cual puede ser por medio del conteo de la cantidad de registros obtenidos para cada categoría después de la codificación; también por medio de la medición ordinal con asignación de rangos para agrupar los registros de cada categoría o mediante la asignación de términos calificativos, como originalidad, creatividad, interés, etc. (p. 39).

4. Análisis de frecuencia

Según Fernández (2002), apunta que “el análisis por realizar depende de los intereses de los investigadores y los objetivos de cada investigación, la existencia o no de hipótesis y el nivel alcanzado en la medición de las variables, recordando siempre que no deben hacerse más análisis de los necesarios” (p. 39).

5. Una Indagación de los resultados sistematizados (las frecuencias): asociación por categorías.

Según Fernández (2002), subraya que “las categorías están compuestas por las variables de las hipótesis, por lo que reflejan las reflexiones hechas, a partir de las perspectivas teóricas adoptadas para cada investigación en particular y se transforman en los distintos niveles donde se expresan y desglosan las unidades de análisis” (p. 38).

Libro de código

Para la codificación de los datos se utilizó un libro de código tomando como dimensiones de estudio la propuesta conceptual de Riorda (2011) que se presenta a continuación:

1. Objetivo de comunicación: lograr la certidumbre en la situación de crisis. Esto se puede hacer al producir el cierre operativo, ya sea logístico, soluciones, o normas de la crisis. Cierre político es el acuerdo para que el asunto crítico no entre nuevamente en agenda. O tratar de eliminar la conflictividad (p. 12).
2. Denominación de la situación por parte de las autoridades gubernamentales: determinar cómo se denomina la situación.
3. Destinatario del mensaje: Público al que va dirigido el mensaje: todos son destinatarios, pero se deben priorizar mensajes con segmentación diferenciada.
4. Postura comunicativa: los autores Coombs (2004) y Holladay (2005), determinan que existen diversas posturas en el mensaje y proponen las siguientes comunicaciones para disminuir o reducir la crisis. Primero, un pedido de disculpas que busca reducir la responsabilidad de la organización o bien con la voluntad de mitigar los eventos, pero que ellos pueden superar a la organización. Segundo, justificación que minimiza el impacto y los efectos sobre los involucrados, comparando la crisis no tan mala con otras, o estableciendo un gran relato que ubica a la crisis en un contexto mayor. También, comunicaciones para reparar las crisis tales como sufrimiento que arguye que la organización también sufre con la crisis. Reafirmación,

que recuerda a los involucrados lo bien que la organización manejó una situación en el pasado. Compensación, ofrece a los involucrados elementos para contrabalancear la crisis. Acciones correctivas, busca restaurar operativamente las acciones a una situación normal o realizar cambios para que la crisis no suceda nuevamente. Apología, las organizaciones consultan a los involucrados a la vez que solicitan su perdón (citado en Riorda, 2011, pp. 15-16).

5. Emocionalidad del mensaje: De acuerdo con Elster (1999) las emociones se pueden distinguir según los objetos a los que se dirigen (citado en Rodríguez Salazar, 2008, p. 154).
6. Tipo de mensaje: según Sandman (2006) en la comunicación de crisis los mensajes deben ser exclusivamente directos y solo con el cometido de aportar información como certidumbre. Este tipo de comunicación no admite generalidades que permitan múltiples interpretaciones. Los mensajes deben cargarse con una fuerte pedagogía que los haga altamente comprensibles. La necesidad de dar explicaciones sencillas a fenómenos complejos no es solamente un axioma de la comunicación en casos de crisis, es la base de cualquier tipo de comunicación. Sin embargo, en una crisis cambian dos cosas. Por un lado, el público tolera menos la complejidad cuando está preocupado. Las personas apáticas simplemente dejan de escuchar cuando no comprenden lo que se está diciendo y, las que están interesadas, piden aclaraciones. Pero las personas asustadas o enfadadas consideran que se las intenta engañar y, por ello, se asustan y enfada todavía más. El segundo motivo por el cual no es fácil simplificar la información en situaciones de crisis es que las fuentes tienen tendencia a hablar en términos más complejos cuando están inquietas. En parte, esto es inconsciente: la inquietud las impulsa a parapetarse detrás de grandes palabras y frases rimbombantes. Pero, en parte, también es intencional.

Después de la definición de las dimensiones se procedió a la codificación en la matriz de análisis. En la tabla 1 del anexo 1 se puede observar las variables.

Unidad de análisis

Según Fernández (2002), realiza que “las unidades de análisis son los segmentos que interesa investigar del contenido de los mensajes escritos, susceptibles posteriormente de ser expresados y desglosados en categorías y subcategorías” (p. 38).

La unidad de análisis es el timeline del perfil de las cuentas oficiales en Twitter, durante las protestas suscitadas en Ecuador como se detalla en el siguiente cuadro:

Descripción de la unidad de análisis		
Actor	Plataforma	Cuenta
Lenín Moreno	Twitter	@Lenin
Otto Sonnenholzner	Twitter	@ottosonnenh
Juan Sebastián Roldán	Twitter	@juanseroldan
José Valencia	Twitter	@ValenciaJoseEc
María Paula Romo	Twitter	@mariapaularomo
General Oswaldo Jarrín	Twitter	@DefensaEc
Policía Nacional	Twitter	@PoliciaEcuador
Richard Martínez	Twitter	@FinanzasEc

Muestra

La muestra está formada por la totalidad de los tweets obtenidos de los timeline de Lenín Moreno, Otto Sonnenholzner, Juan Sebastián Roldán, José Valencia, María Paula Romo, General Oswaldo Jarrín, Policía Nacional, y Richard Martínez, durante el periodo del 01 al 15 de octubre correspondientes a los días que duraron las protestas a estudiarse. Por tanto, no se tiene conocimiento de la totalidad del número de tweets hasta proceder a la extracción de los mismos.

Consideraciones éticas

La propuesta se enmarca en las políticas y normativas éticas de la Universidad Casa Grande a más de la confidencialidad por parte de los investigadores del manejo de la información. Es decir, que los datos no podrán ser vistos o utilizados por otras personas ajenas al estudio ni tampoco para propósitos diferentes al académico. Los resultados del proyecto serán el insumo para la posterior publicación de un paper sobre esta temática en una revista indexada sobre cualquiera de esta área.

Resultados

En esta investigación se plantearon tres objetivos específicos con la finalidad de describir la estrategia de comunicación gubernamental tomando en cuenta los tweets publicados en las cuentas oficiales del presidente, Lenin Moreno; vicepresidente, Otto Sonnenholzner; secretario general de gabinete, Juan Sebastián Roldán; canciller de la república José Valencia; ministra de gobierno, María Paula Romo; ministro de defensa, General Oswaldo Jarrín; policía nacional, policía nacional; y ministro de finanzas Richard Martínez, durante el periodo de protestas suscitadas en Ecuador en octubre del 2019.

Los resultados son expuestos conforme se establecen los objetivos específicos. Primero, identificar el público al cual se dirigió la comunicación gubernamental durante las protestas de

octubre del 2019, a través de la plataforma de microblogging Twitter en Ecuador. Segundo, describir las características de la estrategia de comunicación que se utilizó en el sitio de microblogging Twitter por parte de los principales actores políticos y voceros de Ecuador durante las protestas de octubre del 2019. Tercero, identificar las estrategias gubernamentales que los principales actores políticos y voceros de Ecuador utilizaron durante las protestas de octubre del 2019 en la plataforma microblogging Twitter.

¿A qué público se dirigió la comunicación gubernamental durante las protestas de octubre del 2019, a través de la plataforma de microblogging Twitter en Ecuador?

En esta dimensión analizaremos hacia quienes iban dirigidos los tweets. En el caso de los 49 tweets de Lenin Moreno el 81,63% de ellos estaban dirigidos a la ciudadanía en general, a través de su Twitter escribió “*¡Lo más importante para todos es el empleo! Proponemos una ley que genere condiciones para nuevos empleos y modalidades de contratación. Quienes hoy tengan una relación de trabajo, mantendrán los beneficios y resguardos de la ley actual. #DecididosACrecer. !*”.

Mientras que el 2,04% a miembros de gobierno, el 2,04% a los Miembros de la Confederación de Nacionalidades Indígenas (CONAIE), el 2,04% a otros, y el 12,24% no corresponden a codificación, porque no se relacionan con la crisis, sino con otros temas como celebración, deporte, corrupción de zonas fronterizas, y pésame.

En el caso de Otto Sonnenholzner, de los 22 tweets el 86,36% de ellos estaban dirigidos a la ciudadanía general, y tuiteó *¡De esto vamos a salir juntos todos los ecuatorianos! Estamos seguros que el diálogo constructivo es el camino, trabajamos sin descanso para que el país retome la calma al 100%, es momento de empezar a recuperar lo perdido en estos días de paralizaciones.*

¡#EcuadorPaísDePaz!”.

Mientras que el 13,64% no corresponden a la codificación, porque no se relacionan con la crisis específicamente, sino con temas de relaciones internacionales.

De los 125 tweets de Juan Sebastián Roldán el 78,40% estaban dirigidos a la ciudadanía en general, escribiendo *“El presidente @Lenin Moreno ha tomado decisiones valientes, urgentes y responsables. Sin cálculos políticos. ¡El IVA no se sube! No permiteremos que los desestabilizadores de siempre y sus ansías de poder, afecten nuestra democracia hoy fortalecida. #DecididosACrecer”*. A diferencia, del 2,40% hacia miembros del gobierno, 1,60% a los Miembros de la Confederación de Nacionalidades Indígenas (CONAIE), el 2,40% corresponden a otros, y 15,20% no corresponden a la codificación, porque no se relacionan con la crisis directamente, sino con temas generales sobre agendas de medios, delincuencia, corrupción, opiniones, comentarios, e imágenes sin texto.

De los 16 tweets de José Valencia, el 43,75% se dirigieron a la ciudadanía en general como lo escribió en uno de sus tweets *“¡Solo una economía con bases firmes propicia el desarrollo sostenible; más emprendimientos, empleos y recursos para la inversión social! Así cooperaremos más activamente con el Mundo y proyectaremos mejor nuestros intereses nacionales- #DecididosACrecer”*. Y, el 56,25% no corresponden a codificación, porque no se relacionan con la crisis, sino con otros temas en general como relaciones exteriores, celebraciones, y ciertos tweets que no se pudieron revisar a fondo debido a que la cuenta de Twitter ya no existe.

De los 71 tweets de María Paula Romo el 87,32% se dirigió a la ciudadanía general, según uno de sus tweets *“Decreto 888 ✓ confirma el traslado temporal de la sede de gobierno ✓ restringe circulación en áreas aledañas a edificaciones e instalaciones estratégicas del Estado ✓ faculta a la Secretaría de Comunicación ordenar la transmisión de información sobre los temas relevantes”*. Mientras que el 1,41% a otros, y el 11,27% no corresponden a codificación, porque no se relacionan con la crisis específicamente, sino a denuncias, repuestas y comentarios generales.

De los 174 tweets de Richard Martínez el 93,68% se dirigieron a la ciudadanía en general, uno de sus tweets fue *“El Estado dejará de subsidiar USD 1.400 millones por subsidios a los combustibles y recaudará cerca de USD 600 millones por la reforma tributaria. Con esto, mejoraremos las condiciones de vida de los ecuatorianos”*. A diferencia, de un 5,17% dirigido a otros que corresponden a los emprendedores en específico, y el 1,15% no corresponden a codificación, porque no se relacionan con la crisis, sino con temas como homenaje a la ciudad de Guayaquil y agenda política.

De los 142 tweets del General Oswaldo Jarrín el 80,99% se dirigieron a la ciudadanía en general, uno de los tweets fue *“Tomar decisiones responsables que nos permitan alcanzar el bienestar de todos es nuestro deber. Estamos en un momento decisivo en la vida del país y nos mantendremos firmes. #NoAlParo”*. Y, el 19,01% no corresponden a codificación, porque no se relacionan con la crisis, sino a temas como celebraciones, políticas públicas, cacao, salud, agenda de medios, noticias, disciplina y orden, coyuntura nacional, e institucional.

De los 510 tweets de la Policía Nacional, el 22,75% se dirigieron a la ciudadanía en general, tuiteó *“CONOZCA // El #GraIPatricioCarrillo, #DirOperaciones, se refirió a la situación actual del país durante este segundo día de movilizaciones”*. Mientras que el 0,39% a miembros del gobierno, el 0,59% a Miembros de la Confederación de Nacionalidades Indígenas (CONAIE), y el 76,27% no corresponden a codificación, porque no se relacionan con la crisis, sino con festividades, delincuencia, institucionales, desaparecidas, mercancía ilegal, operativos, contrabando, asesinatos, narcotráfico, mensajes a la ciudadanía cotidianos, asaltos, robos, agenda de medios, minería, actividades ilegales, armas de fuego, delito sexual, aprehensión, persecución, agrupación delictiva,

micrográfico, allanamientos, homicidios, arma blanco, hurtos, sacapintas, porte legal, asistencia humanitaria, abuso sexuales, organizaciones delictivas, red delictiva, deforestación y captura ilegal de especies, labor comunitario, embarcaciones, cocaína, etc.

¿Cuáles fueron las características de la estrategia de comunicación que se utilizó en el sitio de microblogging Twitter por parte de los principales actores políticos y voceros de Ecuador durante las protestas de octubre del 2019?

En esta dimensión analizaremos la emocionalidad del mensaje, tipo de mensaje y postura comunicativa de los tweets. Con respecto a la emocionalidad del mensaje, en el análisis tuvimos como resultado que el 91,84% de los tweets de Lenin Moreno, el 77,27% de Otto Sonnenholzner, el 93,60% de Juan Sebastián Roldán, el 87,50% de José Valencia, el 97,18% de María Paula Romo, el 95,98% de Richard Martínez, el 98,59% del General Oswaldo Jarrín, y el 98,04% de la Policía Nacional fueron publicaciones de comunicación sobre la crisis, sin embargo no tuvieron expresiones negativas y/o positivas.

En el caso de Lenin Moreno el 6,12% fueron positivos, a través de sus tweets escribió *“Trabajar unidos es el mejor camino para un país que crece ¡Cuento con ustedes compatriotas! Nuestras decisiones son valientes e históricas, con la honestidad como bandera. Estoy comprometido con la Patria. Su bienestar es y será mi prioridad. #EcuadorPaísDePaz #ApoyoALaDemocracia”*. Y, el 2,04% fueron negativos como lo indica en uno de sus tweets *“El saqueo y vandalismo no son manifestaciones ciudadanas. Demuestran la intención política de Correa, Maduro y de los corruptos que deben responder a la justicia y al país por desestabilizar este Gobierno democrático. #EcuadorPaísDePaz #DecididosACrecer”*.

Mientras que, Otto Sonnenholzner tuvo el 22,73% tweets positivos, y tuiteó *“Nuestro reconocimiento a los funcionarios y profesionales de la salud del Ministerio de @Salud_Ec y del Sistema Nacional de Salud por su valioso trabajo y compromiso, garantizando la atención a la ciudadanía aún en situaciones adversas. ¡Al país se lo saca adelante trabajando!”*.

Juan Sebastián Roldán tuvo el 4% positivo, uno de sus tweets fue *“Agradecemos a las instituciones que se han presentado como posibles mediadores del pueblo; Naciones Unidas, iglesias y academia, para sentarnos y trabajar los acuerdos. #EcuadorPaísDePaz”*. Y, el 2,40% negativos, tuiteó *“Lo que vivimos no es una movilización pacífica, es delincuencia y vandalismo. Y esas personas deben responder por sus actos. Ayer fue inconcebible ver como entró gente con palos, a destrozar florícolas, brocoleras y una planta de lácteo”*.

José Valencia, tuvo el 6,25% positivo de tweets, uno de ellos fue *“¡Si se puede! — EC La TRI dribla por un país de paz EC #EcuadorPaísDePaz”*. De igual forma el 6,25% negativo como lo comunico por medio de su Twitter *“Naciones Unidas ha expresado su preocupación por la escalada de violencia en las manifestaciones sociales. La ONU “hace un llamado a todos los actores a mantener la calma y buscar consensos a través del diálogo inclusivo y efectivo (...)”*.

De María Paula Romo, el 2,82% fueron positivos como lo comunicó por medio de un tweet *“Autoridades y dirigentes lojanos dando ejemplo de unidad y paz. 🙌🙌 #Loja #DecididosACrecer #EcuadorPaísDePaz”*. De Richard Martínez, el 2,30% fueron positivos según lo expresó por medio de tweets como *“No permitamos que grupos de presión dificulten y perjudiquen las actividades de los ecuatorianos. Juntos superaremos las dificultades, con esfuerzo y trabajo. #NoAlParo”*. Y, el 1,72% negativo como *“El Gobierno Nacional rechaza las acciones delictivas y de vandalismo*

registradas durante las manifestaciones. La @PoliciaEcuador trabaja precautelando la #SeguridadCiudadana. #NoAlParo #DecididosACrecer”.

El General Oswaldo Jarrín, tuvo el 1,41% negativos según su comunicación en Twitter “*Ministro de Defensa, #OswaldoJarrín: "Hay que saber respetar a la @PoliciaEcuador y @FFAAECUADOR. Estamos consternados de cómo se agrade a las personas, a la infraestructura, a los bienes públicos y privados. Todos tienen derecho a la autodefensa”.* La Policía Nacional, tuvo el 1,37% positivo según lo expresado en uno de sus tweets “*👮♀️👮♂️ @PoliciaEcuador está conformada por seres nobles, trabajadores, de espíritu y moral inquebrantable en cumplimiento de su deber. Les agradecemos de 🇪🇨corazón hermanos ecuatorianos por su apoyo, que nos permitirá tener un #EcuadorPaísDePaz”.* Mientras, que el 0,59% fueron negativos como lo indica en uno de sus tweets “*RECHAZAMOS estos actos vandálicos en contra de nuestros funcionarios policiales; recuerden que detrás del uniforme está un ser humano igual que tú, que tiene familia, hijos, padres, esposa, hermanos. #EcuadorPaísDePaz”.*

Con respecto al tipo de mensaje, el análisis arrojó como resultado que en el caso de Lenin Moreno el 83,67% fue información que aportó certidumbre según la comunicación que tuiteó “*Eliminamos aranceles para maquinaria, equipo y materia prima, agrícolas e industriales. Bajamos y simplificamos Impuesto a la Renta Único al banano. Suprimimos impuestos a importación de celulares, computadoras, tablets, usados para emprender, educar e informar. #DecididosACrecer”.* Por otra parte, el 4,08% fue de forma pedagógica y comprensible en el mensaje, y el 12,24% no corresponden a la codificación, porque no se relacionan con la crisis.

En el caso de Otto Sonnenholzner tuvo el 50% información que aportó certidumbre, según lo que tuiteó “*¡Le apostamos a la reactivación productiva y a la generación de empleo, pensando siempre en proteger a los sectores más vulnerables! Las decisiones económicas tomadas por el presidente @Lenin, son responsables y permitirán mejores días para todos. ¡#DecididosACrecer!*”. Mientras que el 4,55% fue pedagógica y comprensible, el 2,40% eslóganes o de tipo publicitario, y el 13,64% no corresponden a la codificación, porque no se relacionan con la crisis.

Juan Sebastián Roldán tuvo el 79,20% con información que aportó a certidumbre según la comunicación de sus tweets “*Trabajamos por un país que merece ser mejor. Con la economía estabilizada, vamos a crecer y prosperar. El enfoque que guía este proyecto de ley, es destinar esos recursos a atender las necesidades de seguridad, protección social, educación y salud. #DecididosACrecer*”. Por otra parte, el 2,40% fue pedagógico y comprensible, el 2,40% eslóganes o de tipo publicitario, y el 16% no corresponden a la codificación, porque no se relacionan con la crisis.

De José Valencia el 43,75% tuvo información que aportó certidumbre, según tuiteó “*El estado de excepción decretado por el Gobierno sirve para evitar desmanes y violencia; para garantizar los DD de los ciudadanos, su seguridad y tránsito a trabajos, colegios y hogares. La normalidad vuelve a las carreteras del país- #NoAlParo #DecididosACrecer*”. Y, el 56,25% no corresponden a la codificación, porque no se relacionan con la crisis.

De María Paula Romo el 88,73% tuvo información que aportó certidumbre, según uno de sus tweets “*#DecididosACrecer Reformas que apuestan a permitir el desarrollo de las iniciativas privadas, descargar de trámites y trabas a emprendedores. - se elimina el anticipo del impuesto a la*

renta, y - 95.000 empresas dejarán de ser agentes de retención”. El 14,08% no corresponden a la codificación, porque no se relacionan con la crisis.

De Richard Martínez el 97,70% corresponde a información que aportó certidumbre, según tuiteó “*#DecididosACrecer | Confiamos en nuestros emprendedores y mejoramos las condiciones para el desarrollo de sus proyectos. Eliminamos un tributo que estaba afectando la competitividad. Así, los emprendedores sabrán con certeza el valor que deben pagar al @SRIOficialEc*”. El 1,15% no corresponden a la codificación, porque no se relacionan con la crisis.

Del General Oswaldo Jarrín el 78,17% corresponden a información que aportó certidumbre según su comunicación en Twitter “*El propósito fundamental del Estado de Excepción, es que no se extiendan las amenazas que atentan contra la paz y la tranquilidad ciudadana. Que en la manera más pronta posible se pueda reconstituir el orden, la seguridad pública y ciudadana*”. El 2,82% de pedagógica y comprensible, y el 1 9,01% no corresponden a la codificación, porque no se relacionan con la crisis.

De la Policía Nacional el 22,75% corresponden a información que aportó certidumbre, según uno de sus tweets “*MANTENEMOS los dispositivos de control activados, con el fin de precautelar el orden y la seguridad ciudadana en todo el país. #ManifiéstateEnPaz*”. Y, el 76,86% no corresponden a la codificación, porque no se relacionan con la crisis.

Con respecto a la postura comunicativa de los tweets el análisis arrojó como resultado que en el caso de Lenin Moreno el 63,35% corresponden a compensación en el mensaje, según la comunicación en Twitter “*Ampliaremos la protección social de 1 millón 300 mil familias, es decir,*

más de 5 millones de ecuatorianos que recibirán USD 15 mensuales adicionales. Estas son decisiones que nos permitirán construir el país del futuro. #DecididosACrecer". Mientras que el 2,04% corresponden a negación o desmentida de la crisis en el mensaje, el 2,04% identifica sufrimiento, el 2,04% reafirmación, el 14,29% de acciones correctivas, y el 12,24% no corresponden a la codificación, porque no se relacionan con la crisis.

Otto Sonnenholzner tuvo el 31,82% de compensación en el mensaje, según sus tweets *"¡Diálogo abierto y transparente por un Ecuador de paz! Conversamos con líderes indígenas, campesinos, montuvios, organizaciones productivas y la academia, para encontrar juntos las mejores alternativas de reactivación económica. ¡Saldremos adelante trabajando!#DecididosACrecer*". Mientras, que el 13,64% corresponde a la clarificación o explicación de la crisis en el mensaje, el 4,55% responsabilizar o culpar a terceros, el 13,64% identifica sufrimiento, el 22,73% de acciones correctivas, y el 13,64% no corresponden a la codificación, porque no se relacionan con la crisis.

Juan Sebastián Roldán tuvo el 56,80% de compensación en el mensaje, según su comunicación por medio de los tweets *"Estamos planteando además, una reforma laboral que incentiva a los empleadores a contratar y aumentar plazas de empleo. Que no quita los derechos de quienes ya tienen un trabajo, sino brinda posibilidades a aquellos que no lo tienen. #DecididosACrecer @radiosonorama*". Mientras que el 3,20% a la clarificación o explicación de la crisis en el mensaje, el 6,40% responsabilizar o culpar a terceros, el 4,80% identifica sufrimiento, el 10,40% de acciones correctivas, y el 17,60% no corresponden a la codificación, porque no se relacionan con la crisis.

José Valencia tuvo el 18,75% de compensación en el mensaje, según uno de sus tweets “*Hoy Ecuador solicitó sesión extraordinaria del Consejo Permanente OEA. El 15 de octubre denunciaremos el intento de alterar el orden democrático en el país y el caos y violencia provocados por turbios intereses infiltrados en las manifestaciones*”. Mientras que el 6,25% corresponde a responsabilizar o culpar a terceros, el 6,25% de acciones correctivas, y el 62,50% no corresponden a la codificación, porque no se relacionan con la crisis.

María Paula Romo tuvo el 43,66% de compensación en el mensaje, según su comunicación en Twitter “*Tareas urgentes: -Focalización: Los subsidios no irán al contrabando, ni al narcotráfico, ni a los q más tienen -Terminar con las mentiras sobre cifras d muertos y heridos. Ni una sola persona ha sido asesinada. No hay ningún desaparecido -Investigar y sancionar los delitos*”. Mientras que el 29,58% corresponde a acciones correctivas, el 11,27% responsabilizar o culpar a terceros, el 2,82% de sufrimiento, el 1,41% de clarificación o explicación en el mensaje, y el 11,27% no corresponden a la codificación, porque no se relacionan con la crisis.

Richard Martínez tuvo el 86,21% de compensación en el mensaje, según su comunicación en Twitter, tuiteó “*Con los recursos que obtengamos de estas decisiones responsables, protegeremos a los sectores más vulnerables, mejoraremos las oportunidades para generar empleo, impulsaremos el emprendimiento y mejoraremos la condición de vida de todos los ecuatorianos. #DecididosACrecer EC*”. Mientras que el 2,30% responsabilizar o culpar a terceros, el 9,77% de acciones correctivas, y el 1,72% no corresponden a la codificación, porque no se relacionan con la crisis.

Del General Oswaldo Jarrín tuvo el 42,25% de compensación, según su comunicación en Twitter, uno de ellos fue “*Las @FFAAECUADOR con aviones de la @FuerzaAereaEc, realizan el*

puente aéreo desde la ciudad de #Quito hacia #Cuenca a fin de abastecer de productos de primera necesidad a la población de este sector del país. #FFAAConElPueblo #EcuadorPaisDePaz”.

Mientras que el 37,32% de acciones correctivas, y el 19,01% no corresponden a la codificación, porque no se relacionan con la crisis.

De La Policía Nacional tuvo el 16,86% de acciones correctivas, según uno de sus tweets *“Activados desde tempranas horas // Ante el anuncio de movilizaciones, @PoliciaEcuador ha activado dispositivos de seguridad y control de orden público, a fin de mantener la tranquilidad social en todo el territorio nacional. #ManifiéstateEnPaz #TrabajamosPorTuSeguridad”.* Mientras que el 2,94% identifica sufrimiento, el 2,75% de compensación, y el 76,47% no corresponden a la codificación, porque no se relacionan con la crisis.

¿Cuáles fueron las estrategias gubernamentales que los principales actores políticos y voceros de Ecuador utilizaron durante las protestas de octubre del 2019 en la plataforma microblogging Twitter?

En esta dimensión analizaremos el objetivo en la comunicación de los tweets, y como se denominó la situación. El análisis del objetivo arrojó como resultado que en el caso de Lenin Moreno tuvo el 67,35% de propuesta de solución al problema, según su comunicación en Twitter, siendo uno de sus tweets *“Eliminamos el anticipo al impuesto a la renta para respaldar a nuestros emprendedores. Ampliamos el programa Casa Para Todos con USD 1000 millones en créditos hipotecarios a una tasa de 4.99%. ¡La calidad de vida de los ecuatorianos mejorará sensiblemente! #DecididosACrecer”.* El 10,20% tuvo un texto con cierre de operativo logístico, el 6,12% de una norma, 4,08% se identificó una comunicación de riesgo, y el 12,24% no corresponde a codificación, porque no se relacionan con la crisis.

Otto Sonnenholzner tuvo el 59,09% de propuesta de solución al problema, según uno de sus tweets “*#ElGobiernoDeTodos, liderado por el presidente @Lenin, trabaja con valentía y responsabilidad para brindar un mejor presente y futuro a las familias ecuatorianas. ¡Hacemos lo correcto pensando en el país, no en las elecciones! #DecididosACrecer #NoAlParo*”. El 9,09% tuvo un texto con cierre de operativo logístico, el 4,55% de texto con cierre político, el 13,64% se identificó una comunicación de riesgo, y el 13,64% no corresponde a codificación, porque no se relacionan con la crisis.

Juan Sebastián Roldán tuvo el 50,40% de propuesta de solución al problema, según lo comunicó en unos de sus tweets “*El objetivo es incrementar las plazas de empleo, fortalecer el emprendimiento y brindar más oportunidades a los ecuatorianos. #DecididosACrecer. #DecididosACrecer*”. El 2,40% tuvo un texto con cierre de operativo logístico, el 9,60% de una norma, el 3,20% de texto con cierre político, el 13,60% se identificó una comunicación de riesgo, y el 20,80% no corresponde a codificación, porque no se relacionan con la crisis.

José Valencia tuvo el 12,50% de propuesta de solución al problema, según su comunicación en Twitter tuiteó “*Conuerdo @AndresMA_KCL: objetivo artículo el de @guardian La violencia provino de criminales que incendiaron edificios, saquearon y atacaron medios. Su agenda oculta: desestabilizar la democracia ecuatoriana #LaPazSeRecupera*”. Por otra parte, el 6,25% de una norma, el 18,75% se identificó una comunicación de riesgo, y el 62,50% no corresponde a codificación, porque no se relacionan con la crisis.

María Paula Romo tuvo el 35,21% de propuesta de solución al problema, según su comunicación en Twitter, en uno de sus tweets fue *“Una solución para la paz y para el país: el gobierno sustituirá el decreto 883 por uno nuevo que contenga los mecanismos para focalizar los recursos en quiénes más lo necesitan. Recobrar la paz y detener el golpe correista. Por la paz y contra la impunidad. #DialogarEsElCaminoEC*. Al contrario, el 26,76% fue un texto con cierre de operativo logístico, el 4,23% de una norma, el 22,54% se identificó una comunicación de riesgo, y el 11,27% no corresponde a codificación, porque no se relacionan con la crisis.

Richard Martínez tuvo el 75,29% de propuesta de solución al problema, según su comunicación en Twitter uno de sus tweets fue *“Las nuevas decisiones económicas tomadas por el Gobierno Nacional tienen como prioridad el progreso del país y brindar mayor oportunidades a los ecuatorianos. Potenciamos todos nuestros productos a nivel mundial. #DecididosACrecer”*. Por otro lado, el 17,24% fue un texto con cierre de operativo logístico, el 2,87% de una norma, el 2,87% se identificó una comunicación de riesgo, y el 1,72% no corresponde a codificación, porque no se relacionan con la crisis

El General Oswaldo Jarrín tuvo el 30,28% de propuesta de solución al problema, según su comunicación en Twitter, uno de sus tweets fue *“La actividad comercial de los emprendedores se mueve con el uso de la tecnología, por eso, el Gobierno impulsa la construcción de un #EcuadorDigital. #YoSíTrabajo #DecididosACrecer”*. Además, el 23,24% fue un texto con cierre de operativo logístico, el 19,72% de una norma, el 7,75% se identificó una comunicación de riesgo, y el 19,01% no corresponde a codificación, porque no se relacionan con la crisis

La Policía Nacional tuvo el 16,27% un texto con cierre de operativo logístico, según su comunicación en Twitter, uno de los tweets fue *“Mantenemos nuestra presencia en sector de la Tribuna de Los Shyris, norte de #UIO, para evitar incidentes y el cierre de la circulación vehicular. #EcuadorPaísDePaz”*. Sin embargo, el 2,35% fue de propuesta de solución al problema, el 4,31% se identificó una comunicación de riesgo, y el 76,67% no corresponde a codificación, porque no se relacionan con la crisis

Los resultados sobre la denominación de la situación según los tweets de Lenin Moreno como lo comunicó en su Twitter *“La comunidad internacional respalda la democracia en Ecuador condenando cualquier injerencia que pretenda desestabilizar al Gobierno. ¡Gracias por su apoyo países hermanos! #EcuadorPaísDePaz #ApoyoALaDemocracia”*, predominó con el 57,14% la palabra crisis, el 32,65% caos, y el 10,20% no corresponde a codificación, porque no se relacionan con la crisis.

En el caso de Otto Sonnenholzner según su comunicación por medio de sus tweets como *“#EcuadorPaísDePaz #ApoyoALaDemocracia”*, predominó con el 50% la palabra crisis, el 36,36% caos, y el 13,64% no corresponde a codificación, porque no se relacionan con la crisis.

En el caso de Juan Sebastián Roldán predominó con el 56% la palabra crisis en su comunicación mediante sus tweets. En uno de ellos tuiteó *“El presidente @Lenin Moreno cumplió con su palabra, desde el primer día de este Gobierno trabajó con énfasis en recuperar la democracia y la institucionalidad. Hoy, después del diálogo y escuchar a todos los sectores, se toman medidas en base a las necesidades ciudadanas”*. Asimismo, el 28% caos, y el 16% no corresponde a codificación, porque no se relacionan con la crisis.

En el caso de José Valencia predominó con el 31,25% la palabra crisis, entre los cuales tuiteó *“Apoyo a la institucionalidad democrática de Ecuador”*. El 25% fue catalogado como caos, y el 43,75% no corresponde a codificación, porque no se relacionan con la crisis.

En el caso de María Paula Romo predominó con el 69,01% la palabra caos, como lo comunicó dentro de sus tweets *“Ayer vivimos una jornada marcada por la violencia d sectores q buscan caos y desestabilización. Hoy, seguiremos abriendo espacio al diálogo con los sectores sociales, y aplicando la ley a quienes agredan a las personas, la propiedad y las ciudades. #EstoNoEsUnParo”*. Además, el 15,49% fue de crisis, el 2,82% incidente, el 1,41% accidente, y el 11,278% no corresponde a codificación, porque no se relacionan con la crisis

En el caso de Richard Martínez predominó con el 81,61% la palabra crisis, según su comunicación en Twitter, dentro los cuales tuiteó *“El sector productivo requiere apoyo. Reducir el ISD para insumos, materias primas, bienes de capital para la agricultura, construcción ayudará en ese objetivo. #DecididosACrecer EC”*. Igualmente, denomino el 17,47% como caos, y el 1,72% no corresponde a codificación, porque no se relacionan con la crisis.

En el caso del General Oswaldo Jarrín predominó con el 42,25% la palabra crisis, según su comunicación en Twitter, entre los cuales tuiteó *“En la sala de crisis del @ECU911_ el ministro de Defensa, #OswaldoJarrín, se reunió con las autoridades de seguridad para dirigir acciones conjuntas durante el #EstadoDeExcepción que rige a nivel nacional”*. También, denomino el 38,03% como caos, y el 19,01% % no corresponde a codificación, porque no se relacionan con la crisis.

Por último, la Policía Nacional predominó con el 16,86% caos, según lo comunicado en sus tweets, entre los cuales tuiteó “*Con apoyo del Cuerpo de Bomberos habilitamos las avenidas del centro de #Esmeraldas, que estaban obstaculizadas por llantas que se quemaban. Nuestro personal se mantiene vigilante del control del orden público*”. A lado de, 5,10% con la palabra crisis, y el 76,47% no corresponde a codificación, porque no se relacionan con la crisis.

Discusión de resultados

A lo largo del estudio, se han identificado varias estrategias que emplearon los principales actores y voceros para el manejo de la crisis durante las protestas suscitadas dentro del periodo del 1 al 15 de octubre del 2019 en la red de microblogging Twitter entendido como plataforma de comunicación.

A partir de los resultados se encontró que todas las cuentas de los principales actores y voceros, establecieron una comunicación dirigida a la población del país mediante el microblogging o llamada red social Twitter, lo que cumple lo establecido sobre el uso de las redes sociales por Cancelo y Gadea (2013), destacan que “se han convertido por lo tanto en un emisor de mensajes paralelos que introducen información nueva o reactiva a las demandas de sus usuarios” (p. 24). Y, continúa diciendo que “a diferencia de las redes sociales físicas o tradicionales, las redes sociales en internet presentan un acceso directo entre usuarios. Destacando especialmente las acciones de comunicación directa, cooperación y creación de comunidad” (p. 25).

De igual manera, se corroboró que comunicaron información que aporto certidumbre generando certeza a través de sus tweets, empleando así lo dicho por Riorda (2008) sobre la comunicación estratégica desde la perspectiva gubernamental señalando que “el trabajo del gobierno consiste

entonces en conseguir que su mensaje se perciba como realidad, y su estrategia, la elección de las palabras con las que argumenta para su defensa y su causa” (p. 32). Sin embargo, al no establecer interacción por medio de sus tweets con los usuarios incumple lo citado por Pérez y Canel (2006; 2007) que “la comunicación estratégica consiste en la capacidad de gestionar mensajes y significados para lograr persuadir a los interlocutores en un proceso de interacción” (p. 131). De igual manera, sigue sin cumplir dentro del entorno digital lo señalado por Sánchez y Magallón (2015) que “dichas tendencias condicionan la creación de una estrategia política digital con el fin de potenciar las virtudes y contrarrestar las deficiencias de las actividades políticas e identificar rasgos de la participación política en la red” (p.10). Por lo tanto, la mayoría optó por ofrecer a los involucrados, en este caso a la ciudadanía elementos para contrabalancear la crisis, pese a que uno busco restaurar operativamente para que la crisis no suceda de nuevo. Aun así, se demuestra que se utilizó lo planteado sobre estrategias de restauración de imágenes de Benoit (1995) quien las clasifica en “negación, evasión de responsabilidad, reducción de la pérdida de efectividad del evento, acción correctiva y mortificación” (p. 216).

Asimismo, se evidencia que la mayoría utilizaron palabras y/o expresiones positivas en sus tweets para sobrellevar la crisis. Lo que evidencia el uso de la teoría de imagen según Mitchell (2009) como “la noción misma de una teoría de las imágenes sugiere un intento de controlar el campo de representaciones visuales con el discurso verbal” (p. 17).

Por otro lado, en gran parte se denominó la situación como crisis y caos, lo que significa que reflejo un ambiente negativo, tal como se plantea desde el enfoque de crisis lo determinado por Koselleck (2002) resumido en “el concepto indica inseguridad, desgracia y prueba, y refiere a un futuro incierto, cuyas condiciones no pueden ser lo suficientemente elucidadas” (p. 236). Al ser llamada caos, se relaciona con el concepto de protesta social según Jenkins (1995), explica que “la protesta social es intrínsecamente un acto político, porque los estados regulan el comportamiento

político con el que operan los manifestantes, y porque el post-juicio social es, por lo menos implícitamente, un reclamo para la representación política” (p.8).

De igual manera, casi todos se inclinaron por comunicar propuestas de solución al problema, siendo su objetivo finalizar las protestas y recobrar la paz en el país. Sin embargo, una minoría difundió comunicación de riesgo. Lo que indica que se implementó como un canal informativo contradiciendo así lo definido por Norris (2002) que define a la comunicación política “como un proceso interactivo sobre la transmisión de información entre los políticos, medios de comunicación y el público” (p. 127). Al ser así, tampoco se estableció como un escenario de interacción al diálogo con los usuarios, es decir una comunicación bidireccional, sino más bien fue unidireccional rechazando lo que proponen desde el ámbito de la comunicación política digital Robertson, Vatrappu, y Medina (2010) refiriéndose que “en la participación política digital las redes sociales ocupan un poder hegemónico. Plataformas destinadas a otras actividades varían su finalidad con el uso que la ciudadanía hace de ellas convirtiéndose en la arena y ámbito central de la ciberpolítica. En la actualidad estas redes se configuran como entornos socio-técnicos que permiten el discurso en la esfera pública” (p.13).

Aunque, sí dieron a conocer sus objetivos y posición a la ciudadanía en general como lo explica Adriana Amado y Belén Amadeo (2013) diciendo que “la comunicación gubernamental como un método gestionado por un gobierno democrático para dar a conocer sus objetivos y posición a la opinión pública, con el fin de conseguir refuerzos en el desarrollo de políticas públicas” (p. 43). Por consiguiente se demuestra que el microblogging Twitter no se utilizó como una herramienta de interacción. Según Campos – Domínguez (2017) describe el abordaje de Twitter desde los contextos de comunicación política y como canal de comunicación diciendo que “Twitter proporciona una plataforma para que todos estos actores se comuniquen y, al mismo tiempo, provean contenidos para su comunicación, ya que posibilita que la información sea simultánea, diferenciada, transmitida y

recibida por todas las partes” (p.786). Sin dejar de lado que según Cusot (2019), expresa que “la imagen de gobierno se construye a partir de diversos aspectos que mantengan o generen el actor político, es decir desde lo que es, dice que es y dicen que es los ciudadanos” (pp. 92,93). Por ende, no se proyectó como un país que hizo partícipe a la ciudadanía en su comunicación gubernamental dentro del contexto estudiado.

Asimismo, según los resultados de estudios realizados dentro del contexto de crisis y propuestas en el estado del arte, se utilizó de nuevo la herramienta Twitter como un canal de información, y no como un espacio de invitación al diálogo hacia los usuarios. En el caso de Ecuador, según el estudio de las protestas que se suscitaron por los proyectos de ley en el año 2015, Sofía Vera y Santiago Llano (2016) concluyeron que “ambos medios los uso para efectuar acusaciones contra los opositores de forma directa, y reprendió de forma expresa a diversos usuarios de Twitter que no estaban de acuerdo con su régimen. Además, en Twitter pidió a sus seguidores participar en la redes con el eslogan “somos más, muchísimos más”, para sacar del anonimato a dichos usuarios” (p. 155). Por consiguiente, a diferencia de dicha crisis, el Gobierno de Lenín Moreno no pidió acciones a realizar a su favor a través de su comunicación en el microblogging Twitter.

Conclusiones y recomendaciones

Entre los hallazgos más importantes se encontró que todos los principales actores, y voceros, es decir Lenin Moreno, Otto Sonnenholzner, Juan Sebastián Roldán, José Valencia, María Paula Romo, Richard Martínez, General Oswaldo Jarrín, y la Policía Nacional establecieron una comunicación dirigida a la ciudadanía en general, es decir directa hacia los usuarios del microblogging Twitter. Por lo tanto, se manejó una comunicación unidireccional con los usuarios, lo que no permitió generar una interacción a través de los tweets, dejando de lado la comunicación bidireccional.

Otro aspecto importante es el tipo de mensaje que se utilizó prevaleciendo un mensaje directo con información que aporta certidumbre a la ciudadanía en general, generando sentimientos de seguridad, confianza, tranquilidad, y sobre todo con una percepción de realidad por parte de las cuentas de estudio.

Por otro lado, las posturas de sus mensajes se enfocaron en su gran mayoría en comunicar soluciones o compensaciones para superar la crisis, a excepción de la Policía Nacional que por medio de acciones correctivas buscaron restaurar operativamente para que la crisis no suceda nuevamente. Además, la emocionalidad del mensaje se empleó de manera positiva por casi todos, sin embargo el General Oswaldo Jarrín fue el único en manifestar como negativa, mientras que José Valencia la calificó de ambas formas, lo que representa emociones divididas.

Con respecto a la denominación de la situación, predominaron dos posiciones distintas entre llamarla crisis y caos, al ser las más nombradas dentro de la codificación, siendo la primera por Lenin Moreno, Otto Sonnenholzner, Juan Sebastián Roldán, José Valencia, Richard Martínez, y el General Oswaldo Jarrín, mientras que la segunda fue por María Paula Romo, y la Policía Nacional.

En relación al objetivo de comunicación, se concluyó que la mayoría, es decir Lenin Moreno, Otto Sonnenholzner, Juan Sebastián Roldán, María Paula Romo, Richard Martínez, y el General Oswaldo Jarrín utilizaron la herramienta Twitter como un mecanismo informativo sobre las propuestas de solución al problema, en este caso para finalizar con la crisis y recuperar la paz del país. Por lo contrario, José Valencia, y la Policía Nacional como un canal para la difusión de comunicaciones de riesgo, siendo así mensajes de prevención, concientización o de modificación de hábitos y/o comportamientos.

En base a todo lo indicado, y en comparación con la teoría de los conceptos analizados según los diversos autores, se concluye que los principales actores y voceros de estudio implementaron el

microblogging Twitter como una herramienta de enfoque informativa, dando a conocer sus objetivos y posiciones individuales a la ciudadanía general, sin un destinatario en específico sobre el manejo de la crisis durante las protestas ocurridas dentro del periodo del 1 al 15 de octubre del 2019. Además, de evidenciar las nociones divididas desde la postura del mensaje, emocionalidad, denominación de la situación, y el objetivo de la comunicación, al tener en común solamente el destinatario de la comunicación, y el tipo del mensaje. En resumen, no se identificaron estrategias gubernamentales establecidas por parte de los principales actores políticos y voceros de Ecuador durante las protestas de octubre del 2019 en la plataforma de microblogging Twitter.

Igualmente, sería importante para futuras investigaciones, el estudio de la comunicación y reacciones por parte del público dentro del microblogging Twitter para poder realizar una comparación entre la perspectiva de la comunicación del gobierno y de la audiencia, en este caso los usuarios de la red social, debido a que el presente estudio se basó en la comunicación gubernamental de las cuentas señaladas del Gobierno durante el periodo de duración de las protestas.

Además, se recomienda incluir a futuro el estudio para la descripción de la conformación de la red a partir de los hashtags más utilizados en el periodo del 01 al 15 de octubre del 2019 del caso de las protestas en Ecuador con el fin de conocer el papel que cumplieron los principales actores políticos y voceros en la conversación general.

Referencias

Amado, A., & Amadeo, B. (2013). El periodismo frente a la a la tarea periodística comunicación gubernamental: condicionamientos oficiales a la tarea periodística. (Journalism Vis a Vis

Government Communication: Official Conditionings to the Journalistic Task) (2013). *Opera*, No. 13., 41-58. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2443567>.

AP-Redacción. (11 de Julio de 2017). *Lenín Moreno reconoce en Ecuador situación económica difícil*. Obtenido de El Universo:

<https://www.eluniverso.com/noticias/2017/07/11/nota/6275359/lenin-moreno-reconoce-que-situacion-economica-dificil-falta-mesura>

Barría, C. (9 de Octubre de 2019). *Crisis en Ecuador: 4 razones que explican la crisis que llevó a*

Obtenido de BBC News Mundo: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-49978717>

Barría, C. (9 de Octubre de 2019). *Crisis en Ecuador: 4 razones que explican la crisis que llevó a*

Lenín Moreno a decretar el "paquetazo" que desató las protestas. Obtenido de BBC News

Mundo: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-49978717>

Campos Domínguez, E. (2017). Twitte y la comunicación política . *El profesional de la información*, v. 26, n. 5, 785-793.

Campos Freire, F. (2008). Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales. *Revista Latina de Comunicación Social*, vol. 11, núm. 63, 277-286.

Cancelo Sanmartín, M., & Gadea Aldave, G. (2013). EMPODERAMIENTO DE LAS REDES SOCIALES EN LAS CRISIS INSTITUCIONALES. *Vivat Academia*, núm. 124., 21-33.

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=525752943003>.

Canel, M., & Sanders, K. (2010). Para estudiar la comunicación de los gobiernos. *Comunicación Y Sociedad*. Vol. XXIII. Núm. 1., 7-48.

Cusot, G. (2019). El proceso de formación de la imagen de gobierno. *Obra Digital*, (16), 89-103.

<https://doi.org/10.25029/od.2019.210.16>.

Delgado, J. (2010). COMUNICACIÓN GUBERNAMENTAL... ¿EFICAZ? *Razón y Palabra*:

Primer Revista Digital en Iberoamérica Especializada en Comunicología., 2-2.

- EFE. (3 de Octubre de 2019). *Las medidas económicas que anunció Lenín Moreno y desataron una crisis en Ecuador*. Obtenido de infobae: <https://www.infobae.com/america/america-latina/2019/10/03/las-medidas-economicas-que-anuncio-lenin-moreno-y-desataron-una-crisis-politica-en-ecuador/>
- Farías Alvarado, M. C. (2017). *Twitter como vía para mediar los conflictos sociales: análisis del caso #Conga, Perú*. Obtenido de Repositorio institucional Pirhua.: <https://pirhua.udep.edu.pe/handle/11042/3302>
- Fernández Chaves, F. (2020). El análisis de contenido como ayuda metodológica para la investigación. *Revista de Ciencias Sociales (Cr)*, vol. II, núm. 96., 35-53. ISSN: 0482-5276. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=153/15309604>.
- Frutos Esteban, F. J. (2008). El análisis de contenido y la organización de repertorios culturales: El caso de las placas de linterna mágica. *Revista Latina de Comunicación Social*, vol. 11, núm. 63., 265-276. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=819/81912006021>.
- Gómez, M. M. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Argentina: Editorial Brujas.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación*. Mexico D.F: McGraw-Hill Education.
- Intriago, D. F. (03 de Octubre de 2019). *Primer Informe Ejecutivo personas detenidas Paro nacional – estado de excepción Ecuador - Octubre 2019*. Obtenido de Defensoría del Pueblo : <https://www.dpe.gob.ec/>
- Jenkins, J. C. (1995). *The Politics of Social Protest: Comparative Perspectives on States and Social Movements*. Minneapolis: U of Minnesota Press.
- Koselleck, R., & Presner, T. S. (2002). *The Practice of Conceptual History: Timing History, Spacing Concepts*. Stanford, California: Stanford University Press.

- López González, W. O. (2013). El estudio de casos: una vertiente para la investigación educativa. *Educere, vol. 17, núm. 56.*, 139-144. Disponible en:
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=356/35630150004>.
- Manjón, M. B. (2020). AMÉRICA LATINA 2019: VUELTA A LA INESTABILIDAD. *Iberoamericana. Vol20, Núm. 73*, 205-241.
- Meunier, F. G. (2013). El Uso De La Red Social Twitter Como Herramienta Para La Difusión De Información Pública|Using Social Network Twitter As A Tool For Dissemination of Public Information. *Razón Y Palabra. Primera Revista Electrónica en Iberoamérica Especializada en Comunicación. Vol. 16 Núm. 2_81*, 1048-1054.
- Mitchell, W. J. (2009). *Teoría de la imagen*. Madrid, España: Ediciones AKAL.
- Muro-Ampuero, E., & Bach, C. (2019). Twitter: #agoravirtual de participación política y (re)producción de la opinión pública. *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación. Vol. 78.*, 193-210. <http://dx.doi.org/10.5209/CLAC.64378>.
- Norris, P. (2002). Chapter 6: Campaign Communications. En L. Lawrence, P. Norris, & R. G. Niemi, *Comparing Democracies 2: New Challenges in the Study of Elections and Voting*. (págs. 127-269). London. Thousand Oaks. New Delhi.: SAGE Publications.
- Orozco, M., & Angulo, S. (28 de Julio de 2017). *Lenín Moreno dice que situación económica del país es crítica*. Obtenido de El Comercio:
<https://www.elcomercio.com/actualidad/leninmoreno-acciones-presupuesto-economia-ecuador.html>
- Penalva Verdú, C., & Rodrigues Ferraz, A. T. (2015). La protesta en España y Brasil: Crisis económica y crisis política. *Revista de Ciencias Sociales. Vol. 10, n.º 2.*, 369-395.
doi:10.14198/OBETS2015.10.2.04.

- Preciado Hoyos, Á., & Guzmán Ramírez, H. (2012). Gestión de la comunicación estratégica en los sectores empresarial, de desarrollo. *Palabra Clave* 15 (1), 128-159.
- Riorda, M. (2008). "Gobierno bien pero comunico mal": análisis de las Rutinas de la Comunicación Gubernamental. *Revista del CLAD Reforma y Democracia*, núm. 40., 25-52. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=3575/357533671002>.
- Salgado Escobar, N. A. (2015). *Movimientos sociales en los gobiernos de la nueva izquierda en América Latina. Caso Ecuador y el movimiento ambientalista en el gobierno de Rafael Correa del 2007 al 2014 (Tesis de pregrado)*. Obtenido de Repositorio Digital Universidad De Las Américas: <http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/2925>
- Sánchez Duarte, J. M., & Magallón, R. R. (2015). Estrategias de organización y acción política digital. *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, vol. 3, número 5., 9-16. https://doi.org/10.5209/rev_HICS.2015.v20.n2.51396.
- Sánchez Duarte, J. M., Bolaños Huertas, M. V., Magallón, R. R., & Caffarena, V. A. (2015). El papel de las tecnologías cívicas en la redefinición de la esfera pública. *Revistas Científicas Complutenses. Vol. 20 Núm. 2.*, 483-498.
- Scheinsohn, D. (2009). *Comunicación Estratégica. Management. Comunicación*. Argetina: Ediciones Granica S.A.
- Scribano, A., & Schuster, F. L. (2001). Protesta social en la Argentina de 2001: entre la normalidad y la ruptura. *Observatorio Social de América Latina* N° 5., 1-12.
- Silva, M. V. (1 de Octubre de 2019). *Lenín Moreno anuncia 6 medidas económicas y 13 propuestas de reforma*. Obtenido de El Comercio: <https://www.elcomercio.com/actualidad/lenin-moreno-medidas-economicas-ecuador.html>

- Slimovich, A. (2017). Los enunciadores políticos de la protesta por el aumento de tarifas en Argentina. Un análisis hipermediático de un movimiento social contemporáneo. *De Signos Y Sentidos*, (18), 9-34. <https://doi.org/10.14409/ss.v0i18.6912>.
- Stromback, J., & Kioussis, S. (2011). *Political Public Relations. Principles and Applications*. 711 Third Avenue, New York, NY 10017: Routledge.
- Svampa, M. L. (2016). El concepto de crisis en Reinhart Koselleck. Polisemias de una categoría histórica. *Revista de Teoría y Filosofía Política Clásica y Moderna*. Vol. 6, Núm. 11., 131-151.
- Vera Rojas, S., & Llanos Escobar, S. (2016). Ecuador: La democracia después de nueve años de la "Revolución Ciudadana" de Rafael Correa. *Revista de ciencia política (Santiago)*, 145-175.
- Vera Rojas, S., & Llanos-Escobar, S. (2016). Ecuador: La democracia después de nueve años de la "Revolución Ciudadana" de Rafael Correa. *Revista de ciencia política (Santiago)*, 36(1), 145-175. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-090X2016000100007>.
- Von Haldenwang, C. (1990). Hacia un concepto politológico de la descentralización del Estado en América Latina. *Revista EURE - Revista De Estudios Urbano Regionales*. Vol. 16, núm. 50., 61-77. .
- Weissenstein, M. (24 de Octubre de 2019). *¿Qué tienen en común las protestas en Latinoamérica?* Obtenido de La Tercera: <https://www.latercera.com/que-pasa/noticia/que-tienen-en-comun-las-protestas-en-latinoamerica/876343/>