



**UNIVERSIDAD CASA GRANDE FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y  
CIENCIAS POLÍTICAS**

**REPUTACIÓN ONLINE DE LENIN MORENO EN LA  
PLATAFORMA MICROBLOGGING TWITTER**

**DURANTE EL PERIODO 2019 - 2021**

**Elaborado por:**

**SANTIAGO HÉCTOR VILLACÍS NAPA**

**GRADO**

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

**Ing. en Gestión de Recursos Humanos**

**Guayaquil, Ecuador**

**Agosto, 2021**



## **Dedicatoria**

Después de tanto tiempo llegó el día que tanto había estado esperando, sentarme a escribir esta dedicatoria. Este trabajo de investigación es el resultado de todo el sacrificio que he hecho durante todos estos años, el mismo que se irá directito al cielo; sé que el ángel que tengo en el cielo, mi mamita, está celebrando este logro. Se lo dedico a ella, porque a pesar de que no estuvo físicamente conmigo durante todos estos años, no hubo un solo día en el que no deje de sentir su presencia. Es y será parte de todos mis logros por siempre.

A mi papi, el hombre más honesto y responsable que he podido conocer. Nunca me alcanzaran las palabras para agradecerle todo el sacrificio que ha hecho por mí. Este título es más suyo que mío. Gracias por los buenos ejemplos que me da, me falta mucho camino por recorrer, solo espero algún día poder llegar a ser por lo menos la mitad de buen padre que ha sido conmigo.

A mi hermana Marianita, mi segunda mamá. Gracias por tanto amor, gracias por tenerme siempre un plato de comida listo en tu mesa al llegar de la universidad, gracias por hacerme sentir como un hijo más. Gracias también a mi cuñado Rubén, también eres parte de esto, gracias por amar a mi hermana y haber sido su soporte los días que estuve hospitalizado. Gracias a los dos por hacerme sentir parte de su familia.

A mi hermana Angie, mi otra mamá. Gracias también por tanto amor, en tu nobleza veo reflejada a mi mamita. Gracias por estar siempre para mí, desde pasarme un tomate por el patio para cocinarme hasta algún momento haberme abrazado y solo escucharme llorar.

Gracias a mis sobrinos Mary, Rubencho, Mateo, Adithcito y Amir, por alegrarme los días con sus ocurrencias.

Dios no pudo haberme dado una mejor familia. A todos ustedes les dedico este y todos los logros de mi vida.



# **REPUTACIÓN ONLINE DE LENIN MORENO EN LA PLATAFORMA MICROBLOGGING TWITTER DURANTE EL PERIODO 2019 – 2021**

Elaborado por:

**SANTIAGO HÉCTOR VILLACÍS NAPA**

## **GRADO**

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

**Ingeniero en Gestión de Recursos Humanos**

**DOCENTE INVESTIGADOR**

**Gabriela Baquerizo Neira**

**CO-INVESTIGADOR**

**Estefanía Luzuriaga Uribe**

**Guayaquil, Ecuador**

**Noviembre 2021**

## Resumen

Este trabajo de investigación tiene como objetivo explorar la construcción de la reputación del ex presidente Lenin Moreno, a partir de la percepción pública en la plataforma microblogging Twitter durante el periodo 2019 – 2021 dentro de un panorama político general, el mismo que engloba temáticas como comunicación política digital, momentos de crisis y uso de redes sociales. El diseño metodológico de la investigación es de enfoque mixto. La modalidad de investigación es exploratoria y no experimental ya que será mediante observación. Para la extracción y análisis de los tuits del líder político y de los demás usuarios, se hará uso de la plataforma microbloggin Twitter. Las unidades de análisis fueron tweets y los hashtags que hacían referencia al líder político. Entre los hallazgos de la investigación se pudo concluir que los usuarios de la red social cuentan con una percepción negativa acerca de las estrategias de liderazgo de Lenin Moreno. Sin embargo, el uso del hashtag ayudo a impulsar la imagen política digital que tenía el ex mandatario, quien, a pesar de recibir comentarios negativos en contra de su imagen, su presencia incremento en las redes sociales después de las protestas del año 2019.

**Palabras claves:** Liderazgo Político, Reputación, Comunicación Política Digital, Redes Sociales.

### **Abstract**

The objective of this research work is to explore the construction of the reputation of former president Lenin Moreno, based on the public perception on the microblogging platform Twitter during the period 2019 - 2021 within a general political panorama, the same one that encompasses topics such as communication, digital politics, moments of crisis and use of social networks. The methodological design of the research is of a mixed approach. The research modality is exploratory and not experimental since it will be through observation. For the extraction and analysis of the tweets of the political leader and other users, the microblogging Twitter platform will be used. The units of analysis were tweets and hashtags that made reference to the political leader. Among the research findings, it was possible to conclude that the users of the social network have a negative perception about the leadership strategies of Lenin Moreno. However, the use of the hashtag helped to promote the digital political image that the former president had, who, despite receiving negative comments against his image, his presence increased on social networks after the protests of 2019.

**Keywords:** Political Leadership, Reputation, Digital Political Communication, Social Networks.

## Tabla de contenido

Resumen.....	2
Abstract.....	3
Tabla de contenido.....	4
Índice de figuras.....	6
Índice de tablas.....	7
Nota introductoria.....	8
1. Introducción.....	9
2. Justificación.....	10
3. Antecedentes.....	11
4. Revisión de la Literatura.....	14
4.1. Estado del Arte.....	14
4.2. Marco Teórico.....	18
4.2.1 Gestión Gubernamental.....	18
4.2.3 Liderazgo político.....	20
4.2.4 Reputación digital.....	21
4.2.5 Crisis.....	22
5. Objetivos.....	24
5.1 Objetivo General.....	24
5.2 Objetivos específicos.....	24
6. Diseño metodológico.....	24
6.1 Planteamiento de la investigación.....	24
6.2 Unidad de análisis, de recogida y muestra.....	25
7. Consideraciones éticas.....	27
8. Resultados.....	28

8.1	Datos cualitativos.....	28
8.2	Datos cuantitativos.....	44
9.	Discusión de resultados.....	53
10.	Conclusiones y recomendaciones .....	56
11.	Referencias Bibliográficas .....	58



## Índice de figuras

Figura 1. Uso del hashtag con ejemplo de otros países. ....	31
Figura 2. Disconformidad frente a protestantes. ....	32
Figura 3. Disconformidad con otros líderes políticos. ....	33
Figura 4. Respuesta directa a la CONAIE. ....	34
Figura 5. Difusión de opinión. ....	34
Figura 6. Incertidumbre sobre remplazo de Lenin Moreno .....	35
Figura 7. Opinión sobre decisiones. ....	36
Figura 8. Opinión sobre subsidios. ....	36
Figura 9. Consecuencias de ceder ante peticiones. ....	37
Figura 10. Comentarios irrelevantes. ....	38
Figura 11. Difusión de noticia .....	38
Figura 12. Opinión pública de otros países. ....	39
Figura 13. Noticias mundiales. ....	40
Figura 14. Opinión sobre la dolarización. ....	41
Figura 15. Conocimiento sobre las medidas. ....	42
Figura 16. Hilo de opiniones. ....	42
Figura 17. Respaldo a protestantes indígenas. ....	43
Figura 18. Protestas. ....	45
Figura 19. Referencia directa a Lenín Moreno .....	46
Figura 20. Imagen, reputación y gestión de líder. ....	47
Figura 21. ¿Con qué temática se relaciona el tweet que está codificando? .....	48
Figura 22. Seleccione del siguiente listado los elementos que se observan en el tweet: ..	49
Figura 23. Seleccione del siguiente listado los elementos que se observan en el tweet: ..	50

### Índice de tablas

Tabla 1.	Número de tweets .....	27
Tabla 2.	Tweets para análisis cualitativo .....	28
Tabla 3.	Seleccione del siguiente listado los elementos que se observan en el tweet:	51

### **Nota introductoria**

El trabajo que contiene el presente documento integra el Proyecto Interno de Investigación-Semillero “Reputación on-line de líderes políticos latinoamericanos en contexto de protestas. Caso Ecuador y Chile”, 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 de Investigación Semillero es determinar la reputación on-line de los presidentes de Ecuador y Chile en un contexto de crisis, en el periodo 2019 – 2021 en la plataforma de microblogging Twitter. El enfoque del proyecto es mixto. La investigación se realizó en Guayaquil. Para la recolección de los datos para la investigación se realizó una extracción de datos a través del API de Twitter y, además, se utilizó el sitio web <https://getdaytrends.com> para realizar la búsqueda del hashtag con el que se realizará el estudio.

## **1. Introducción**

El liderazgo político es un tema complejo de análisis, incluso, en base a Collado (2016) en su último artículo indica que “el liderazgo político es uno de los fenómenos más estudiados y menos comprendidos por parte de las ciencias sociales” (p.21). Es evidente que no existe una definición consensuada sobre liderazgo político, ya que, a lo largo del tiempo las definiciones se han multiplicado junto con el incremento de los estudios relacionados al tema. Entre las diversas definiciones se encuentra aquella desarrollada por Meza (2017) quien explica que, en el ámbito de la Ciencia Política, se entiende por liderazgo político al proceso mediante el cual un individuo ejerce más influencia (poder) que otros en el momento de desarrollo de funciones grupales (p.12).

De esta manera, es necesario definir la importancia de un líder político dentro de una sociedad, dado que, el liderazgo de clase política es primordial para el funcionamiento óptimo de todo sistema político. Porque el líder es guía y conductor de una comunidad y tiene un rol social importante (Meza, 2017, p.8).

En la actualidad la política ha tomado lugar en las plataformas digitales, facilitando de alguna manera la comunicación con el público, difusión de eventos, propuestas de trabajo e incluso el reclutamiento de nuevos simpatizantes. Según indica Natalia Angulo (2018) Los medios sociales se han transformado en espacios de promoción y propaganda electoral, que atraen a la clase política; todo esto por la capacidad para amplificar el alcance de los discursos, la posibilidad de llegar con los mensajes a grupos sociales cada vez más heterogéneos y por la reducción de costos para la producción y difusión de material comunicacional.

Las redes sociales potenciaron y motivaron la participación activa de los movimientos y candidatos políticos en internet (Morán, 2017, p.8), es por eso que durante el desarrollo de este documento se analizará la construcción de la reputación del ex mandatario Lenin Moreno, a partir de la percepción pública específicamente en la red social Twitter, mediante el uso de hashtags en el periodo de tiempo entre 2019 – 2021 dentro de un panorama político general; esto engloba momentos de crisis, comunicación política digital y uso de redes sociales durante el periodo mencionado.

Cabe mencionar que se desarrollará una investigación de metodología mixta, la modalidad de investigación será mediante observación, es por eso que los métodos utilizados para obtener los resultados deseados serán exploratorios y descriptivos. Para la extracción y análisis de los tuits del candidato y de los demás usuarios que usaron los hashtags relacionados al tema, se hará uso la plataforma de microblogging Twitter. Lo mencionado anteriormente nos servirá para responder la interrogante principal de la investigación que es ¿Como la reputación online de los líderes políticos se ve afectada por la percepción que tienen los usuarios de la red social Twitter?

## **2. Justificación**

Los aspirantes a un cargo por elección popular, tienen cada vez mayor presencia en la web 2.0. Ya sea por la difusión de eventos, publicidad, propaganda, promoción de candidatura, propuestas de trabajo, hasta por la interacción con simpatizantes. Esto ha ocasionado que la política se vuelva una práctica más activa en las plataformas digitales (Morán, 2017, p.8). Es necesario recalcar que de acuerdo a los datos obtenidos por el Instituto Nacional de Estadísticas

y Censos (INEC, 2016) Twitter es la segunda aplicación más utilizada por la población ecuatoriana, solo por debajo de Facebook.

Según Internet World Stats (2018) Ecuador ocupa el primer lugar como el país con mayor acceso a Internet con un 81%, le sigue Argentina con un 78,6% y en tercer lugar se ubica Chile con un 77%. Por esa razón, en esta investigación surge el interés de analizar la percepción que tienen los usuarios de la red social Twitter sobre el ex mandatario Lenin Moreno durante el periodo antes mencionado. Además, con este trabajo investigativo se busca contribuir con un área de discusión poco estudiada como es el liderazgo político digital, específicamente en el Ecuador (p.1).

### **3. Antecedentes**

En los últimos meses del año 2019 se dieron a conocer algunas incomodidades por parte de los ciudadanos de países como Ecuador y Chile, lo cual terminó en un estallido social en dichos países. Para Andrés Malamud (2020) los recientes estallidos populares pueden agruparse en dos tipos; por un lado, los que se centran en factores políticos, como la crisis de los partidos o la debilidad institucional. Y por el otro, los que hacen hincapié en factores económicos, como la desigualdad, la desindustrialización y la volatilidad de los mercados internacionales (p.8).

Entre los factores que han causado incomodidad en el pueblo latinoamericano a lo largo de los años, en el caso de Chile, donde el 1% más rico paga mucho menos que en Estados Unidos y cada vez que se trata de aumentar el porcentaje de los impuestos, este se ha visto frenado por la élite del país (Malamud, 2020, p.8); específicamente las acciones desencadenantes fueron el alza del precio del pasaje del metro de Santiago y terminaron denunciando la desigualdad estructural que afecta al país (Barragán, 2020, p.62). Por otro lado, en Ecuador el

martes primero de octubre del 2019, el presidente de la República Lenin Moreno, mediante cadena nacional, anunciaba que por medio del Decreto Presidencial No.883 se establecería una serie de reformas económicas y laborales que tenían como objetivo la reducción del gasto público. Dicha medida adoptada por el ejecutivo consistía en la eliminación del subsidio a los combustibles gasolina y diésel, el cual estaba vigente desde la década del 70 (Olivares, 2020, p.23).

A pesar de que el conjunto de las medidas fue calificado por expertos y académicos como drástico, se lo consideró también realista y necesario para corregir los grandes vicios de la economía ecuatoriana (Barragán, 2020, p.62). Sin embargo, Olivares y Medina (2020) detallan que, en la sociedad civil, la abolición del subsidio generó gran inconformidad y fue el desencadenante de numerosas protestas. Esto tuvo como resultado diferentes movilizaciones de diversos sectores de la población que no tardaron en congregarse contra el gobierno, llamando a protestas, tomas de espacios públicos y cierre de carreteras (p.12).

El 3 de octubre del 2019, después de dos años de haber sido electo presidente de la República, Lenin Moreno se enfrentó a las protestas que se dieron por la inconformidad que sentía la población ecuatoriana por las nuevas medidas económicas tomadas. Estas protestas fueron protagonizadas por organizaciones de conductores de transporte público y taxis, organizaciones estudiantiles y líderes de pueblos indígenas, que conforman la Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador (CONAIE) (Olivares y Medina, 2020, p.12).

Para el momento de las protestas, Lenin Moreno ya se había enfrentado a diversos conflictos, como el cambio de ideología política y los casos de corrupción de los líderes del partido político Alianza Pacífico. Moscoso (2017) indica que durante las elecciones Moreno, no obtuvo los votos necesarios para un triunfo en primera vuelta, frente a los otros siete candidatos;

lo cuales basaban su discurso político en atacar al partido Alianza País. Ya en la segunda vuelta electoral, el candidato Guillermo Lasso fue quien se enfrentó a Lenin Moreno. De igual manera que sucedió en la primera vuelta electoral, el escenario político se definió en medio de denuncias de fraude por parte de Lasso. Como resultado, Moreno logró anteponerse en 13 de las 24 provincias del país por poco más de dos puntos porcentuales de diferencia (p.56).

Otro de los eventos que afectó de manera general a toda Latinoamérica fue la pandemia provocada por el Covid-19. La emergencia sanitaria se desencadenó a nivel mundial, sin embargo y según Lusting y Mariscal (2020) si bien no hay culpables en un sentido tradicional, sí hay responsables del éxito o fracaso de las respuestas a la crisis. Además, el sistema de salud del Ecuador se vio afectado de manera drástica, sin embargo, según la opinión pública el gobierno de turno no supo manejar de manera óptima la crisis sanitaria (p.12).

Es necesario detallar un poco de la biografía del presidente Lenin Moreno quien nació el 19 de marzo de 1953 en Nuevo Rocafuerte, provincia de Orellana, es Licenciado en Administración Pública por la Universidad Central del Ecuador. Se dedicó a la promoción del turismo en Ecuador con su propia empresa y participó activamente en la creación de la Cámara de Turismo de Ecuador. Fue presidente de la Cámara de Turismo de Pichincha y, posteriormente, director ejecutivo de la Federación Nacional de Cámaras de Turismo del Ecuador. En 2007, fue elegido vicepresidente de la República de Ecuador, cargo al que fue reelegido para el período 2009-2013. En el 2017 Moreno se presentó como candidato presidencial en las elecciones generales ganándole al candidato Guillermo Lasso en una segunda vuelta electoral. El periodo de gobierno de Lenin Moreno fue desde el 24 de mayo del 2017 al 24 de mayo del 2021 (Instituto de la Democracia, s.f., p.1).



Por otro lado, es importante también conocer los principios y la importancia de la plataforma Twitter y la relación que tiene con la política. 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 (Campos-Domínguez, 2017, p.17). Esta aplicación nace en el año 2006 y su uso se ha popularizado en el último año y medio, pasando a ser una de las páginas más visitadas del mundo (Gómez, 2010, p.13).

Las redes sociales son el lugar ideal para expresarse ya que, a diferencia de los medios de comunicación tradicionales, el Consejo Nacional Electoral (CNE) no ha impuesto regulaciones sobre ellas, exceptuando el Manual de convivencia en redes sociales, que contiene catorce principios muy generales: respeto, amabilidad, cortesía, educación, tolerancia y el uso de lenguaje no soez, entre otros. Por lo tanto, queda un espacio amplio para la utilización de redes sociales en las campañas electorales (Saltos, 2013, p.3).

## **4. Revisión de la Literatura**

### **4.1.Estado del Arte**

Con el fin de tener un mayor acercamiento sobre la investigación, la siguiente sección busca abordar estudios que se han realizado con anterioridad sobre el liderazgo político digital y como la red social Twitter ha tomado gran protagonismo como herramienta estratégica en la política, además de evidenciar el entendimiento y conclusiones que tienen los expertos sobre el tema.

En un estudio realizado por Briones (2014) titulado “El uso de las redes sociales para las campañas políticas” el cual se centra en tratar el uso de las redes sociales con fines políticos y la

importancia que le dan los líderes a las nuevas estrategias políticas para conseguir notoriedad y aumentar seguidores en las plataformas digitales. La metodología que se usó en la investigación fue cualitativa, realizando una revisión crítica de la literatura ya existente, específicamente se estudió el caso de la campaña electoral de Barack Obama en 2008. El autor detalla que, a pesar que Obama no fue el primero en usar internet para recaudar dinero o seguidores, si fue el primero en lograrlo con un nivel de éxito muy grande, el mismo que se vio reflejado en el número de votos recibidos. De esta manera concluye que, aunque los medios tradicionales como la radio, televisión y afiches publicitarios seguirán formando parte del proceso político para llegar a un público objetivo, las redes sociales seguirán en auge durante el pasar de los años, porque se ha vuelto una alternativa barata para comunicarse y esto lo confirma su alcance, bajo coste, y el número de usuarios que van creciendo de manera acelerada (p.53).

De igual manera, los autores Hinojosa, Marín, Punín y Ruiz (2016) en su investigación titulada “Twitter como herramienta estratégica en la política ecuatoriana” publicada en la revista mexicana Razón y Palabra, la cual tiene como objetivo principal verificar la importancia de Twitter en los líderes políticos ecuatorianos, midiendo el crecimiento y alcance de Twitter en Ecuador en el periodo 2014-2015, coincide en la importancia de las redes sociales en la gestión de los líderes políticos. Adicionalmente, se hizo un seguimiento a las cuentas de los principales partidos políticos ecuatorianos. Los partidos seleccionados en esta investigación son los citados en la lista oficial del CNE. Gracias a ello, el investigador concluyó que solo 11 partidos políticos tienen Twitter, y esto determina la relación entre el número de seguidores y el éxito en las urnas. Adicionalmente, los partidos con mayor número de seguidores en Twitter son más aceptados por el público (p.62).

Por otro lado, en el estudio realizado por (Cabrera & López, 2017) acerca de las campañas políticas por medio de las redes sociales, se empleó un enfoque práctico, epistemológico y teórico, basado en datos estadísticos de Tecnologías de la Información entre ellas las redes sociales empleadas en Estados Unidos y Ecuador. Se concluyó que, durante la campaña electoral del año 2013, el Ecuador incrementó la presencia en redes sociales como YouTube, Facebook y Twitter porque era el lugar para expresarse de forma libre. En este estudio se realizó una observación que ayudó a definir que, entre los candidatos a la presidencia aquel con más interacciones y seguidores en Facebook durante esta campaña, fue Rafael Correa seguido por Álvaro Noboa mientras que en la red social Twitter, Guillermo Lasso ocupaba el segundo lugar (p.66).

Por otro lado, Puyosa (2017) presenta una investigación, que sirve para contrastar lo que se ha investigado con anterioridad, en su estudio titulado “Bots políticos en Twitter en la campaña presidencial #Ecuador2017” se centra en analizar el comportamiento de las etiquetas (hashtags) de campaña en Twitter durante la segunda vuelta de las elecciones presidenciales ecuatorianas del 2017. En dicho estudio se analizan 10 etiquetas de ataque a los adversarios que se convirtieron en trending topics. Se hizo uso de la aplicación NodeXL para la obtención y análisis de datos. El análisis verifica el posicionamiento que tuvieron las etiquetas generadas por cuentas automatizadas o también denominadas “botnets”. El autor concluye que la polarización y la guerra electoral sucia han sido relacionadas con la pérdida de confianza en las instituciones democráticas. Según el análisis de resultados hechos por el autor, el índice de confianza ha ido decayendo conforme la gente se ha ido enterando de algún tipo de campaña sucia llevada a cabo por estos políticos (p.121).

Es necesario aclarar que la polarización es analizada en el estudio elaborado por Casal (2019) sobre las causas y consecuencias de la polarización, donde analizaron diversos partidos políticos de países de América durante la última década y encontraron que la polarización electoral está vinculada con el incremento de los partidos políticos anti establecimiento y la degradación de la calidad democrática de los partidos políticos (p.9).

Esto ocurre porque en las sociedades democráticas, los partidos dominantes se inclinan por utilizar discursos populistas, reformas instituciones con censura, entre otros; y aunque la democracia aún continúa en ciertos sistemas polarizados, esta ha sido impactada por el mismo. En esta investigación se encontró que entre las principales causas de la polarización están la economía desfavorable, crisis financieras y problemas culturales. Estas problemáticas son aprovechadas por los políticos para dar falsas esperanzas al pueblo, afectando la democracia y confianza de los votantes. El autor concluyó que los medios de comunicación deben desempeñar un papel educativo que facilite el entendimiento de la democracia como un terreno de respeto mutuo (Casal, 2019, p.8).

Otro estudio importante por mencionar, es el de Douglas Moreno (2017) para la obtención del Máster Oficial en Comunicación Institucional y Política titulado “Análisis de las campañas políticas a través de las redes sociales: Facebook y Twitter de Lenin Moreno, Guillermo Lasso y Cynthia Viteri candidatos a la presidencia de la república del Ecuador en los comicios del 19 febrero de 2017”. Dicha investigación hace hincapié en el ámbito de la comunicación 2.0 específicamente enfocado en cómo las plataformas digitales cumplen la función como nuevas herramientas estratégicas dentro de la política. La metodología de la investigación es de carácter mixto, centrandose su análisis en la participación e interacción que presentaron los candidatos en redes sociales. Los resultados que arrojó de la investigación fue

que los tres candidatos principales, Lenin Moreno, Guillermo Lasso y Cynthia Viteri, tanto la red social Twitter como Facebook fueron utilizadas para establecer tres puntos principales durante la campaña que fueron: resaltar la propuesta de plan de gobierno, reforzar la reputación e imagen personal y la imagen del partido político al que pertenecen. El autor concluye que las redes sociales son fundamentales durante una campaña electoral, porque le permiten al candidato estudiar a la ciudadanía y de esta manera responder con un plan de gobierno con capacidad de responder a todas las necesidades de las personas (p.14).

## **4.2. Marco Teórico**

A lo largo de este trabajo de investigación se mencionan distintos conceptos que servirán para entender de mejor manera el análisis de resultados del mismo. Esta sección tiene como objetivo ahondar en el significado de estos conceptos, los cuales serán mencionados a continuación: Gestión gubernamental, reputación digital, liderazgo político y crisis.

### **4.2.1 Gestión Gubernamental**

La gestión gubernamental se refiere a todas las acciones desarrolladas por el gobierno de un país, según Ortegón (2008) en su libro Guía sobre diseño y gestión de la política pública, indica que en la implementación de políticas públicas confluyen disciplinas como la economía, la sociología e incluso la ingeniería. Las políticas públicas conllevan un proceso dinámico, participativo y sistémico que implica objetivos, instrumentos, actores y recursos. Estos tienen como objetivo generar un cambio o transformación, dentro de lo que comúnmente se denomina agenda política. Por otro lado, Luis Aguilar (2007) sostiene que la capacidad de gobernar se muestra y valida en los resultados reales que producen las acciones que ejecuta el gobierno. En los hechos, el gobierno decide y practica acciones que explotan a cabalidad las potencialidades

legales, fiscales, informativas, políticas, gerenciales que posee, acreditando entonces que posee la capacidad de atender problemas y enfrentar desafíos públicos. La interacción de la población de un país es también necesaria en la implementación de políticas públicas, ya que el gobierno desarrolla las mismas en beneficio de ellos, por eso Oscar Ozlack (2014) identifica las siguientes categorías que la mayoría de los países busca cumplir al momento de la implementación de políticas públicas: ampliar la información pública disponible para la ciudadanía, garantizar y mejorar el ejercicio del derecho a la información pública, mejorar el acceso a los servicios públicos y sus canales de entrega, proteger los derechos de usuarios y funcionarios, incrementar la transparencia de la gestión pública, promover la participación ciudadana en la gestión estatal, aumentar la capacidad institucional para una gestión abierta.

Actualmente, las tecnologías de la información han tenido un fuerte impacto en la gestión de los gobiernos, tanto así que se ha creado el término gobierno electrónico, el cual se enfoca en optimizar la calidad de la información durante el proceso de toma de decisiones, empleando un grupo específico de medios de comunicación para redefinir la manera de acercarse a los ciudadanos (Contreras, 2017, p. 9).

Se puede decir que la gestión gubernamental obtiene beneficios al emplear redes sociales que le permitan mantenerse en contacto con los ciudadanos, donde los estos se convierten en emisores y forman parte del proceso de toma de decisiones de los gobiernos. Por otro lado, los ciudadanos obtienen información por parte de las herramientas tecnológicas para mantenerse actualizados sobre los procesos gubernamentales (Tarullo, 2015, p. 8).

### 4.2.3 Liderazgo político

Según Collado, Entrena y Jiménez (2016) en su libro “El liderazgo político en las democracias representativas: propuesta de análisis desde el constructivismo estructuralista” definen al líder como un sujeto creador de sentido, como una persona dotada de una “visión” que es capaz de conectar y comunicar con sus seguidores con la intención de organizarlos, dirigirlos, movilizarlos y empoderarlos para la consecución de ciertas metas (p.18).

Sánchez y Barraza (2015) logran identificar dos condiciones que una persona debe cumplir para que sea considerado un líder, en primera instancia debe ser reconocido; lo que significa que debe contar con una legitimidad, la que no es otorgada en función de un nombramiento, sino que proviene de la confiabilidad que genera. Y la otra condición es contar con un grupo de personas que son las que le otorgan la legitimidad (p.17). Por otro lado, Mc Call y Lombardo (1983) se dedicaron a investigar a los líderes exitosos y a los que no lograron serlo, como resultado de esto identificaron cuatro rasgos a los cuales le atribuyen el éxito o fracaso de aquellos líderes: estabilidad emocional y compostura, reconocimiento de los errores, buenas habilidades interpersonales y amplitud intelectual (p.69).

El liderazgo político ha pasado a ser un liderazgo transformacional y también estilo e-leadership, en el cual el líder puede analizar las debilidades del entorno y actuar en base a ello; como ocurre con el papa Francisco quien es un líder político y carismático (Hamel, 2015, p. 1).

De acuerdo a Bass (1985) el liderazgo puede ser transformacional y transaccional, el primero hacer referencia a trabajadores comprometidos por su trabajo dejando a un lado sus intereses personales; es decir, se enfoca en lo que cada persona puede hacer por el país. Mientras en el segundo tipo de liderazgo, existe un intercambio entre los seguidores y su líder y tienen una

relación costo-beneficio porque los seguidores esperan una retribución a cambio por su trabajo (p.20).

De igual modo, Blondel (1987) especifica que el liderazgo consiste en reconocer la importancia que tienen los hombres en el desarrollo de la política de un país, para ello define dos tipos de dimensiones: la primera es en función del alcance haciendo referencia a la extensión del dominio político y la segunda en base a la intensidad del liderazgo, es decir, enfocada en el impacto que puede producir el líder político.

#### **4.2.4 Reputación digital**

Es necesario definir los conceptos desde lo más general a lo más específico, en este caso Dange (2011) explica cómo se construye la reputación y este detalla que la misma son juicios colectivos de los observadores basados en la evaluación de los impactos financieros, sociales, ambientales atribuidos a la empresa a lo largo del tiempo. También, Hernández (2018) explica que, ante la irrupción y pujante avance de los medios sociales en el escenario empresarial y organizacional, han nacido conceptos como la reputación online corporativa; la cual afirma que la reputación es una sola y se ve influida tanto por la reputación online como la reputación offline.

La reputación digital es un concepto que se toma mucho en cuenta en las empresas de la actualidad, las mismas se fijan mucho en las percepciones que tienen sus clientes en las redes sociales respecto a los servicios que estas ofrecen.

Según José Costales (2014) *“En el ámbito político ocurre algo similar, pues ahora los candidatos adoptan y usan estas plataformas para promocionar su perfil, a una fracción del costo que tendrían que desembolsar en los medios masivos, llegando a nuevos públicos que se*



*informan a través de estas plataformas, publican información sobre su vida profesional, obras, trabajo social, convirtiendo estos espacios en una vitrina virtual donde los votantes pueden informarse, debatir, criticar, de la misma forma en que ofrecen información sobre sus hábitos.”*

#### **4.2.5 Crisis**

La palabra inglesa se basa en griego (krinein), que significa “separar” o “decidir”. Estas derivaciones indican que “crisis” es a la vez decisión, discernimiento, así como también un punto decisivo durante el que habrá un cambio para mejorar o empeorar.

La palabra crisis proviene del griego krinein, el cual significa decidir o separar. Lo cual indica que la crisis es un discernimiento, decisión o punto de partida para la realización de un cambio que producirá una consecuencia negativa o positiva (Valdez, 2012, p. 2). De hecho, un concepto relacionado con la crisis es la pobreza que ocurre debido a un desajuste en las condiciones de los miembros de la sociedad (Bustos, 2005, p. 56).

María Lucila Svampa (2016) indica que el concepto de crisis denota inseguridad, desgracia y prueba, y refiere a un futuro incierto, cuyas condiciones no pueden ser lo suficientemente dilucidadas. Por otro lado, Christian von Haldenwang en su artículo “Hacia un concepto politológico de la descentralización del estado en América latina.” Logró identificar dos rasgos comunes en las crisis políticas de los países latinoamericanos, una dimensión internacional que se articula como crisis de endeudamiento y otra dimensión nacional que se expresa como crisis de distribución y de legitimidad (p.34).

Las crisis ocasionan problemas entre los capitales internacionales y nacionales durante el proceso de búsqueda de oportunidades mejores, entre ellas se encuentran que: la fuerza de trabajo pierde valor debido al desempleo, se producen guerras que provocan la destrucción del capital, caen las acciones de las empresas, mueren miles de personas, entre otras (Damián, 2015, p. 9).

*“La crisis de endeudamiento limita los espacios políticos de los regímenes latino-americanos hacia afuera y les obliga a procesos dolorosos de ajuste. La crisis de distribución a su vez causa una creciente polarización socioeconómica que afecta algunas regiones más que a otras. Concomitantemente, el Estado disminuye su papel de ajuste social y espacial, porque cuenta con recursos financieros cada vez más limitados y tiende a centralizarlos más en tiempos de crisis.”* (Haldenwang, 1990, p.18)

La crisis puede manifestarse de diversas maneras, ocasionando un cambio traumático en la salud de millones de personas o una situación social peligrosa en el aspecto económico, político, militar, entre otros. Además, puede presentarse como un hecho medioambiental impactante, que origina un cambio abrupto (Castro, 2015, p. 8).

Torres (1993) en su artículo denominado “América latina: gobernabilidad y democracia en sociedades en crisis” afirma también que la crisis política se manifiesta como una incompetencia del poder político y esto vuelve ingobernable la sociedad en virtud de su carácter ampliamente democrático. El mismo explica que la crisis desencadena una pérdida de confianza entre los electores y sus partidos, entre la ciudadanía y las políticas estatales, es decir, todo lo que queda sin cumplir en una sociedad democrática, produce estados de ingobernabilidad (p.21).

## **5. Objetivos**

### **5.1 Objetivo General**

Explorar la construcción de la reputación digital del presidente Lenin Moreno en el periodo 2019- 2021 en la plataforma de microblogging Twitter.

### **5.2 Objetivos específicos**

Identificar la relación entre la reputación personal del líder político Lenin Moreno, y el liderazgo a partir del análisis de los tweets publicados desde abril de 2019 hasta abril de 2021.

Identificar la relación entre la reputación personal del líder político Lenin Moreno, la gestión gubernamental a partir del análisis de los tweets publicados desde abril de 2019 hasta abril de 2021.

Determinar la relación que existe entre el hashtag #NoCedasLenin con la construcción digital del líder político Lenin Moreno.

Explorar la percepción que tiene sobre Lenin Moreno la opinión pública en un contexto de crisis durante el periodo 2019 – 2021.

## **6. Diseño metodológico**

### **6.1 Planteamiento de la investigación**

El diseño metodológico tiene como objetivo explicar cómo el trabajo de investigación, los parámetros que se establecen y los datos estadísticos usados para evaluar la información recolectada (Cazau, 2006, p.41). Es por eso que en esta sección se mencionara la metodología de investigación implementada durante el proyecto investigativo.

El enfoque de investigación es mixto. Es de tipo no experimental, la misma que tiene como objetivo examinar o explorar un problema de investigación poco estudiado o que no ha sido analizado antes (Cazau, 2006, p.41). Para la extracción y análisis de los tweets del candidato y de los demás usuarios, se hará uso la plataforma microbloggin Twitter.

## **6.2 Unidad de análisis, de recogida y muestra**

Para determinar la unidad, recogida y muestra de análisis de esta tesis, se sigue la propuesta del Proyecto Semillero de Baquerizo y Luzuriaga (2021). Estas autoras realizaron el siguiente procedimiento para la selección de la muestra de estudio. En primera instancia realizaron una primera recolección de datos, la cual es extraída mediante el API de Twitter, de los hashtags #LeninAsesino y #PiñeraCTM.

*El API de Twitter “es la forma en que los programas informáticos “hablan” entre sí para solicitarse y enviarse información. Para esto, se le permite a la aplicación del software que llame a lo que se denomina punto de conexión: una dirección que corresponde a un tipo específico de información que proporcionamos (generalmente, los puntos de conexión son únicos, como los números telefónicos). Twitter permite acceder a partes de nuestro servicio mediante las API para permitirles a las personas crear software que se integre con Twitter, como una solución que ayuda a una empresa a responder a la opinión del cliente en Twitter.”* (Twitter Help Center, 2021)

De la recolección de datos se seleccionaron 10 tweets de cada uno de los políticos (en total 20), se logró identificar diferentes adjetivos calificativos empleados en los textos de los tweets, de los cuales se obtuvieron las siguientes palabras: Traidor, asesino, inepto, mentiroso, asqueroso, sucio, rata, corrupto, patético, ruin. Esto como resultado permitió definir la estrategia

de selección de los datos para el análisis. Después, se hizo uso de la web <https://getdaytrends.com> para ejecutar la búsqueda del hashtag #NoCedasLenin, el mismo que se utilizara en este estudio.

Twitter proporciona a sus usuarios una lista de trending topics en su aplicación como parte de su experiencia dentro de la plataforma. La ubicación, ciudad o país, para filtrar los temas puede ser personalizada por el usuario en su perfil. Es decir, si el usuario quiere comparar los trending topics en un momento dado en tres ciudades diferentes, puede adaptar la ubicación de búsqueda de tendencias según sus necesidades.

*“Las tendencias se determinan mediante un algoritmo y, de forma predeterminada, se personalizan de acuerdo con las cuentas que sigues, tus intereses y tu ubicación. Este algoritmo identifica los temas que gozan de popularidad en un momento dado, en lugar de los temas que han sido populares durante un tiempo o diariamente, para ayudarte a descubrir los últimos temas de discusión que van surgiendo en Twitter.”* (Twitter Help Center, 2021)

Para el caso de esta investigación, específicamente se identificaron los trending topics del periodo 2019 - 2021 relacionados con Lenin Moreno en Ecuador. Luego, se elaboró una matriz determinando la fecha en que cada hashtag había tenido el rango más alto, la última vez que se había utilizado y sobre todo que cumpliera con el periodo de estudio.

De esta manera, se identificaron 5 hashtags trending topic para Lenin Moreno en el periodo de estudio delimitado. Como muestra de estudio se tomó una totalidad de 2542 tweets que incluían el hashtag #NoCedasLenin, tal como se muestra en la tabla 1.

**Tabla 1. Número de tweets**

Número de tweets	Hashtag
2542	#NoCedasLenin

Para el análisis cuantitativo se consideraron las siguientes preguntas cerradas:

- El tweet que está codificando hace mención a:
- ¿El tweet que está revisando habla o hace mención directa a Lenin? Solo contestar SÍ cuando la mención es directa, ej. "No cedas ante la gente vaga, pobre de cultura y de conocimientos. #NoCedasLenin"
- ¿El tweet hace mención a la imagen, reputación, gestión del líder?
- ¿Con qué temática se relaciona el tweet que está codificando?
- Seleccione del siguiente listado los elementos que se observan en el tweet:
- ¿El tweet utiliza adjetivos calificativos para hablar del líder?
- Usted diría que, los adjetivos que se observan en el tweet son...
- Escriba los adjetivos que encontró en el tweet, únicamente los que hacen referencia directa al líder:

## 7. Consideraciones éticas

El proyecto semillero "Reputación on-line de líderes políticos latinoamericanos. Caso Ecuador y Chile" del que se desprende esta tesis declara lo siguiente:

**Valor de la investigación:** Este proyecto procura mejorar el conocimiento en reputación dentro de contexto de digital y comunicación de crisis gubernamental del contexto

latinoamericano

**Validez científica:** La investigación cuenta con un trabajo que lo antecede (Proyección de imagen de Ecuador, Chile, y Colombia durante las protestas 2019. Análisis de la gestión de comunicación de crisis gubernamental en Twitter) y propone una metodología construida a partir de: a.) una inmersión inductiva en los datos; b.) el tratamiento de los datos cumple con los protocolos para este tipo de investigación.

**Respeto para los seres humanos participantes:** La investigación no trabaja directamente con personas, se trabaja con perfiles de usuarios que son de carácter público. De todas formas, se mantiene protegida su identidad.

## 8. Resultados

### 8.1 Datos cualitativos

Se analizaron 20 tweets de manera aleatoria, los cuales se detallan en la tabla 1. Los tweets extraídos estaban directamente relacionados con el hashtag #NoCedasLenin, el mismo que hace mención a las protestas que se llevaron a cabo durante el año 2019, en contra del presidente Lenín Moreno.

**Tabla 2. Tweets para análisis cualitativo**

Fecha de publicación	Usuario	Tuit
9/15/2019	@belen2190	@ethansamu @teleamazonasec Lo atraparon? Seguro es un vendido del correismo, según la vestimenta no es Indígena, que raro otro pagado de esos sufridores #nocedaslenin
9/14/2019	@MauJTH	@Patrici31856448 @pacohidalgof

		<p>@MashiRafael Cómplice y conspiradora junto al corrupto Rafael Correa y AP, y los indígenas terroristas.          PD: Gracias por lo de burro, no me ofende, también dígame mono si desea          #NoAlParo          #NoALaViolencia          #NoAlGolpeCorreista          #LeninNoCedas          #NoCedasLenin</p>
9/15/2019	@byronjim22	<p>Ya quiero que se acabe el paro y volvamos hablar de Emelec fuera de los playoff          ☐ ☐ ☐ #NoCedasLenin</p>
9/02/2019	@NicolsMolestina	<p>El quitar el subsidió es la base para mantener la dolarización #NoCedasLenin  <a href="https://t.co/IW5BYALHg5">https://t.co/IW5BYALHg5</a></p>
9/09/2019	@BuchanamMaster	<p>Si @Lenin acepta las amenazas y las condiciones de estos apestosos hijueputas estará condicionado durante los 4 años de su gobierno y quedará para la historia como un presidente minusválido del cerebro. #NoCedasLenín  <a href="https://t.co/cIuCRR9TM1">https://t.co/cIuCRR9TM1</a></p>
9/01/2019	@heidylharo97	<p>@CONAIE_Ecuador          @Lenin @CasadelaCultura          @corapesatelital          #NoCedasLenín</p>
9/01/2019	Usuario no encontrado	<p>@Lenin #NoCedasLenin</p>
9/14/2019	@ErickBSC_MN	<p>Cuando ves que hay personas apoyando a los indígenas, que apoyan medidas comunistas, que están a favor de terroristas que destruyen la ciudad y que encima más apoyan el regreso de la escoria @MashiRafael te das cuenta porque el país está</p>



		cómo está. #MeDuelesEcuador #NoCedasLenin
9/09/2019	@catifloresc	@Lenin #NoCedasLenin #Ecuador <a href="https://t.co/yhMPF64SX8">https://t.co/yhMPF64SX8</a>
9/15/2019	@tatystorres	"Una encuesta sencilla porque yo no lo veo claro. Se va Lenín... Yaa bacán. Quien nos queda para elegir las próximas elecciones ☐
13/09/2019	@UxiVO	No @Lenin no puedes ceder. Ellos no son todo el #Ecuador #NoCedasLenin AQUÍ HAY GENTE QUE CONOCE EL XQ DE LAS MEDIDAS... #EcuadorEnResistencia #EstoNoEsUnParo #correahijodeputa tu eres el responsable #CorreaOdiaAEcuador
13/09/2019	@alvaropato8a	#NoCedasLenin a peticiones absurdas <a href="https://t.co/8Z8dLCFA4p">https://t.co/8Z8dLCFA4p</a>
13/09/2019	@Anlopezbo	"Experto colombiano advierte que además de agentes venezolanos y cubanos debe haber agentes colombianos.!!!
13/09/2019	Usuario no encontrado	#NoCedasLenín @Lenin
13/09/2019	@Tommyams88	"6) Con el apoyo del grupos de poder (prensa, banca, elite empresarial, potencias extranjeras en este caso #EEUU y el #GrupoDeLima apoya a Lenin)...
13/09/2019	@Alejodx007	Pelucones chiros...!!! #Teleamazonas #NoCedasLenin #valesvergamoreno

15/09/2019	@wilma_walkaway	"@VamosLenin saque del aire a la #RT de #Putin por desestabilizar #Latam
15/09/2019	@LaliCordovaMuse	#NoCedasLenin <a href="https://t.co/TJtQoOvht9">https://t.co/TJtQoOvht9</a>
15/09/2019	@MaJoseAlvarez21	#NoCedasLenin !!! Que el diálogo no revierta este gran paso para el país ! No más subsidios !!
15/09/2019	@jurual5	@dayannamonroy @teleamazonasec #NoCedasLenin

De acuerdo a las respuestas obtenidas en la extracción aleatoria, se logró identificar que diversos tweets no presentaron una respuesta específica sobre el tema, sino que simplemente emplearon el hashtag #NoCedasLenin, para exponer opiniones sobre la política en general.



Figura 1. *Uso del hashtag con ejemplo de otros países.*

Tal como se puede ver en la figura 1, el usuario @LaliCordovaMuse hace uso del hashtag para exponer una situación similar que sucede en otro país con referencia al precio de la

gasolina. En este caso, el usuario no dio su opinión, solo se limitó a usar el hashtag como mecanismo de difusión.

Se pudo evidenciar también que el hashtag #NoCedasLenin se usó en gran parte para expresar la disconformidad que tenían los usuarios de Twitter, frente a los protestantes y líderes indígenas, los mismos que encabezaron las protestas de manera poco pacífica, tal como se evidencia en la figura 2.



Figura 2. *Disconformidad frente a protestantes.*

Respecto a otros líderes políticos, se logró identificar que a pesar de que el hashtag usa el nombre del ex mandatario Lenin Moreno, otros líderes políticos también figuraban en los tweets escritos por los usuarios de la plataforma, cuyos nombres fueron mencionados en inconformidad con sus gestiones hechas con anterioridad, como fue el caso del usuario @MauJTH, el mismo que se puede evidenciar en la figura 3. En donde el usuario expresa que el ex presidente Rafael Correa es el culpable de todo lo sucedido respecto a las protestas. El mismo usuario también usó el hashtag para entablar una discusión con otra persona que estaba en contra de Lenin Moreno.



Figura 3. *Disconformidad con otros líderes políticos.*

En cuanto al dialogo directo con los protestantes, como se puede ver en la figura 4, también existieron usuarios que respondieron directamente a la cuenta de la CONAIE, esta cuenta publicó tweets referentes a las protestas que se estaban dando durante esos días. Los usuarios que estaban en contra hacían uso del hashtag #NoCedasLenin, comunicando su posición a favor de las decisiones tomadas por el ex mandatario durante la crisis de octubre del 2019.



Figura 4. Respuesta directa a la CONAIE.

También se logró identificar usuarios que usaron el hashtag como herramienta de difusión de opiniones dadas por otros usuarios, como se puede evidenciar en la figura 5, figura 7 y figura 14.



Figura 5. Difusión de opinión.

Existieron también usuarios que aprovecharon el uso del hashtag para expresar su incertidumbre sobre quien podría reemplazar de buena manera a Lenin Moreno, tal como se puede evidenciar en la figura 6.

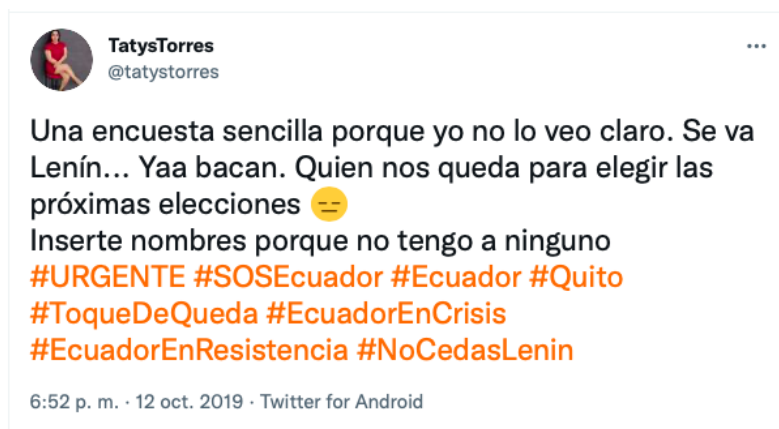


Figura 6. *Incertidumbre sobre remplazo de Lenin Moreno*

En cuanto a las opiniones directas sobre los protestantes, se puede evidenciar en la figura 7, que hubo usuarios que hicieron uso del hashtag para también opinar sobre las peticiones hechas por los líderes indígenas. En este caso, el usuario @alvaropato8a expresó que las peticiones de los líderes indígenas son absurdas, dando énfasis al tuit publicado por otro usuario que opinaba sobre el líder indígena Jaime Vargas. También hubo usuarios que opinaban directamente sobre las medidas económicas, como se puede evidenciar en la figura 8, el usuario @MaJoseAlvarez, expresa que quitar el subsidio es un gran paso para el país.



Figura 7. *Opinión sobre decisiones.*



Figura 8. *Opinión sobre subsidios.*

Tal como se puede evidenciar en la figura 9, también se identificaron usuarios de la plataforma que usaron el hashtag expresando de manera despectiva las consecuencias que podría tener el ceder ante las peticiones de los líderes indígenas.



Figura 9. *Consecuencias de ceder ante peticiones.*

Por otro lado, también se logró identificar usuarios que usaron el hashtag #NoCedasLenin, para expresar opiniones poco relevantes referente al tema de las protestas, tal como se puede ver en la figura 10, que el usuario @byronkim uso el hashtag para expresar su deseo por hablar de temas como el deporte.



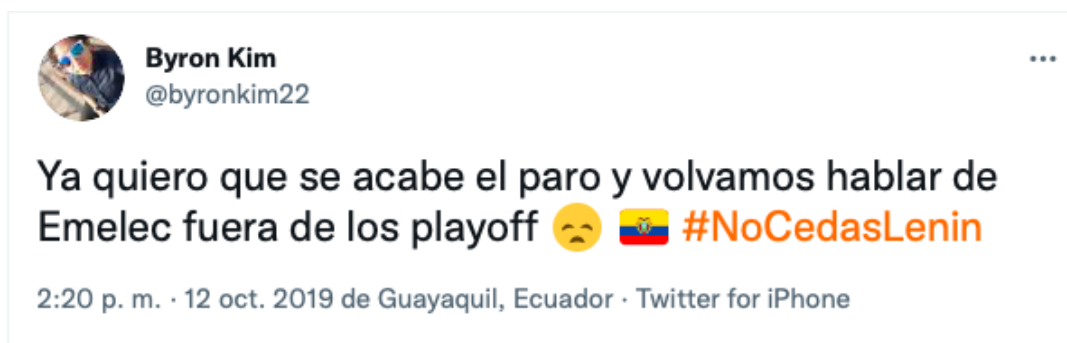


Figura 10. *Comentarios irrelevantes.*

En relación a las noticias generadas sobre las protestas, se logró identificar usuarios, que como se evidencia en la figura 11, usaron el hashtag como herramienta de difusión sobre tweets informativos de periodistas reconocidos en la red social Twitter. Los mismos que se mantuvieron informando a los usuarios de manera activa sobre las decisiones que tomaba el ex mandatario. El usuario @jurual5 no expresó ni una opinión respecto al tema, estuvo al tanto de lo que estaba pasando en el momento y gracias al uso del hashtag logro que el tweet informativo de la periodista tenga más alcance.



Figura 11. *Difusión de noticia*

Las noticias de las protestas en Ecuador dieron la vuelta al mundo, como se puede ver en la figura 12, medios de comunicación de otros países transmitieron los hechos suscitados en el país los días de protesta. Uno de estos medios fue RCN de Colombia, en este caso un usuario tomo foto de la transmisión y uso el hashtag, adjuntando la foto y dando a conocer la opinión de expertos políticos de otros países.



Figura 12. *Opinión pública de otros países.*

También se puede evidenciar en la figura 13, como la prensa de otros países hacía eco de lo que sucedía en Ecuador durante las protestas. En este caso, el usuario @wilma\_walkaway expresa su discordancia con el gobierno de Rusia y a su vez muestra apoyo a Lenin Moreno.



Figura 13. *Noticias mundiales.*

Por otro lado, también se encontraron tweets de usuarios que opinaban directamente sobre el tema económico, haciendo referencia a la dolarización, tal como se puede ver en la imagen 14, donde el usuario @NicolsMolestina, expresa que está a favor de quitar el subsidio de

la gasolina, ya que él considera que el mismo sería la base para mantener la dolarización. El mismo usuario expresó su opinión sobre otro tweet, de esta manera aumentando la difusión de opiniones respecto al tema.



Figura 14. *Opinión sobre la dolarización.*

También se pudo identificar usuarios que respaldaban al ex mandatario Lenin Moreno, expresando que tenían pleno conocimiento del porqué de las medidas económicas tomadas, tal como se ve en la figura 15, donde el usuario @UxiVo expresa su respaldo. Además, el mismo agrega que el culpable de todo lo sucedido es el ex presidente Rafael Correa.

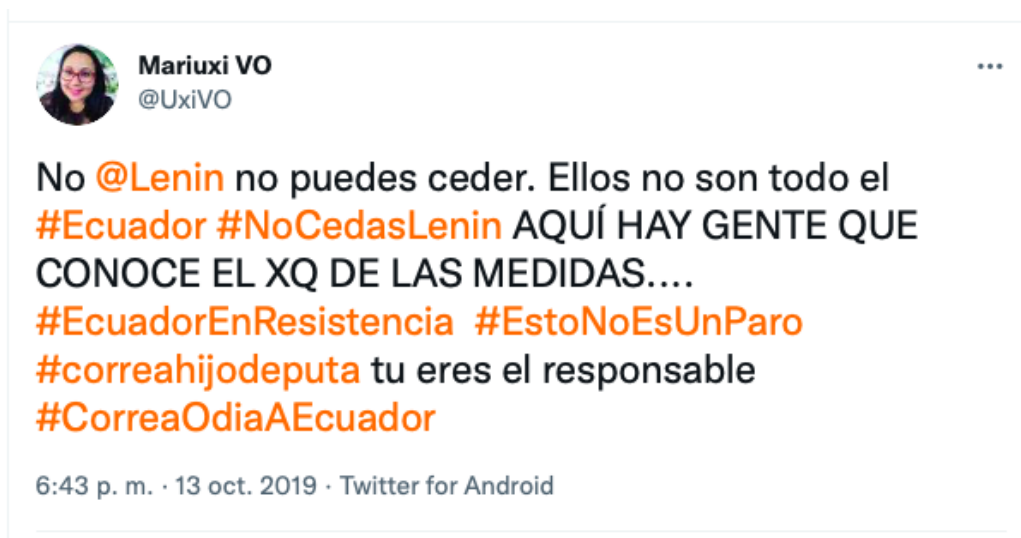


Figura 15. *Conocimiento sobre las medidas.*

También se identificaron tweets en donde los usuarios aprovechaban el uso del hashtag para expresar sus opiniones mediante hilos de tweets, dado que el límite de caracteres es de 280 por tweet, tal como se ve en la figura 16, en donde el usuario uso el hashtag en su sexto tweet, lo que indica que a este le precedían 5 tweets anteriormente.



Figura 16. *Hilo de opiniones.*



Figura 17. Respaldo a protestantes indígenas.

Otro usuario aprovechó el uso del hashtag para expresar su respaldo y solicitar respeto a los protestantes, los cuales él considera que son una pieza fundamental para la economía. En la figura 17 se evidencia como el usuario @Alejodx007 demuestra su respaldo a los indígenas protestantes, pero usando insultos en contra del ex mandatario Lenin Moreno.

Por otro lado, en estos tweets de respaldo se pudo identificar que existían usuarios que aceptaban que a pesar de no haber votado por él en las elecciones anteriores y estar en discordancia en algunas otras de sus gestiones, estos indicaron que debía mantenerse firme y como exponía el hashtag, no ceder ante las presiones de los protestantes porque estaba tomando una decisión acertada.

Queda claro que los usuarios de estos tweets tenían una mala percepción del ex mandatario y de sus estrategias para tomar decisiones que podrían afectar o perjudicar el curso del país. Incluso, indicaban que el origen de las protestas era provocado por el ex presidente Rafal Correa, líder del gabinete anterior en el cual él era vicepresidente. Lo cual confirma la falta de confianza que tenían los usuarios acerca del ex presidente Lenín Moreno. Por otro lado, las decisiones tomadas durante las protestas de parte de Lenin Moreno, hizo que se gane la confianza de las personas que en algún momento estaban en contra de su gestión.

## **8.2 Datos cuantitativos**

Se extrajeron 2542 tweets encontrados con el hashtag #NoCedasLenin, los cuales serán analizados en la presente investigación.

Pregunta 1. El tweet que está codificando hace mención a:

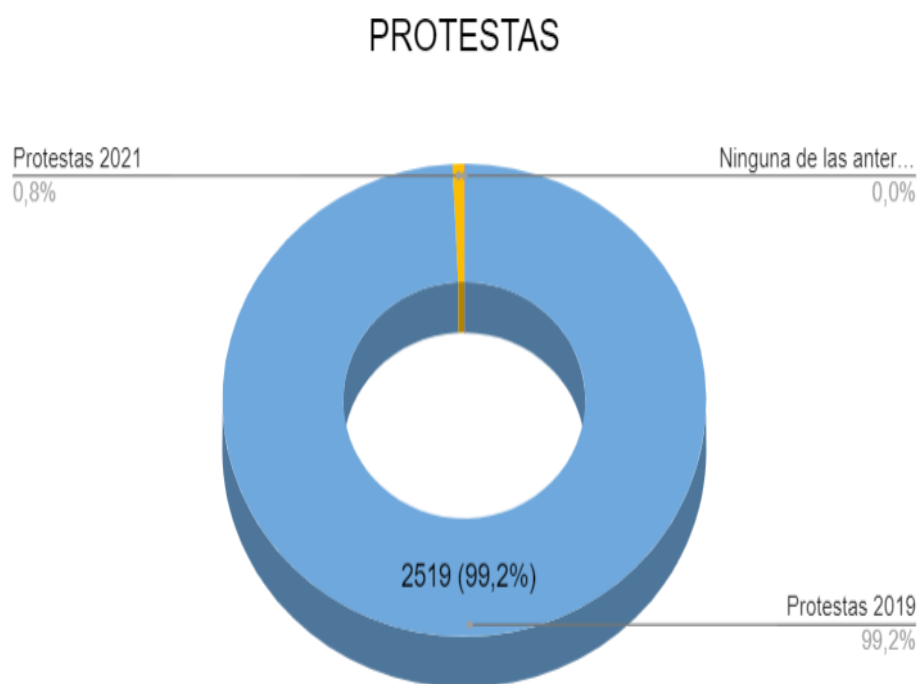


Figura 18. *Protestas*

Fuente: Elaborado por el autor.

Según se puede observar en la figura 18, el 99,2% de los tweets extraídos están relacionados directamente con las protestas que ocurrieron durante el año 2019 en contra del ex presidente Lenín Moreno, en donde el ex mandatario propuso derogar el subsidio al combustible. Tal como expone Damián (2015), las crisis ocasionan que, se produzcan guerras que provocan la destrucción del capital, la fuerza de trabajo pierde valor debido al desempleo y mueren miles de personas. Es por eso que, ante este hecho, los líderes indígenas se vieron afectados y salieron a protestar contra las medidas económicas propuestas. Dichas manifestaciones desestabilizaron económicamente al país, ya que el bloqueo de las vías ocasiono que la materia prima de algunos negocios no llegue a su destino.



Según los datos obtenidos, como se puede observar también en la figura 18, solamente el 0,8% hizo referencia a las protestas suscitadas en el año 2021, lo cual demuestra que no tuvo el mismo impacto que las que se suscitaron en el año 2019. Si bien es cierto, el ex presidente Lenin Moreno culminó en su totalidad los cuatro años de presidencia, sin embargo, dichos resultados demuestran que el año 2019 fue de los más mediáticos durante su mandato, dado que las protestas que se dieron en octubre del mismo año se convirtieron en el acontecimiento más relevante durante su gestión como presidente de la república.

Pregunta 2. ¿El tweet que está revisando habla o hace mención directa a Lenin? Solo contestar SÍ cuando la mención es directa, ej. "No cedas ante la gente vaga, pobre de cultura y de conocimientos. #NoCedasLenin"

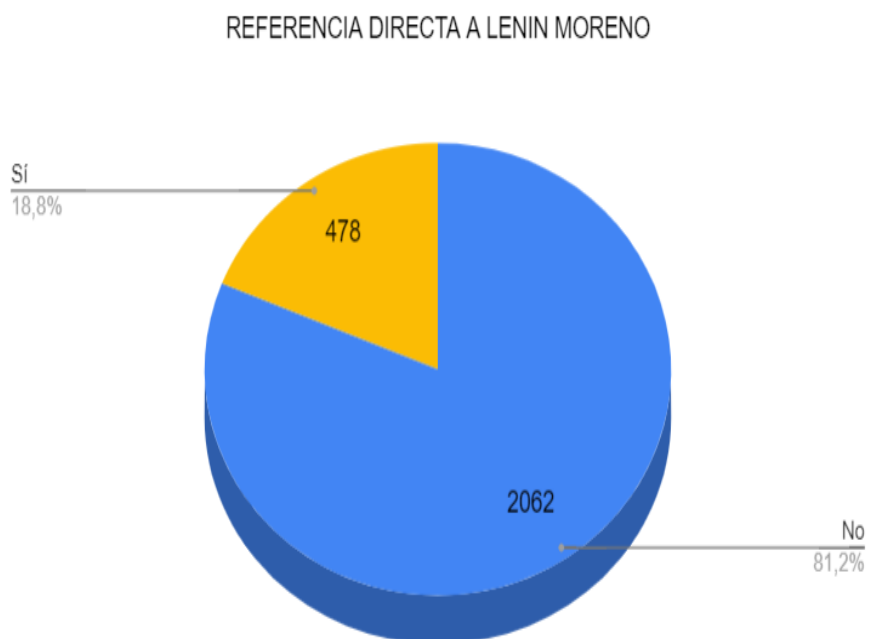


Figura 19. Referencia directa a Lenin Moreno

Fuente: Elaborado por el autor.

Respecto a la referencia directa que hacen los tweets hacia Lenin Moreno, se puede evidenciar en la figura 19, que solo el 18,8% de los tweets que usaron el hashtag #NoCedasLenin, hicieron referencia directa al ex mandatario de la república. El otro 81,2% de los tweets, usó el hashtag, pero no para hacer referencia directa a Lenin Moreno. Esto quiere decir que, la mayoría de los usuarios de la plataforma Twitter, emplearon el hashtag #NoCedasLenin para hacer referencia a otros líderes políticos, pero principalmente se evidencio que el mismo también se usó para expresar opiniones, reclamos, discusiones y apoyo a las decisiones que estaba tomando el ex mandatario durante la crisis.

Pregunta 3. ¿El tweet hace mención a la imagen, reputación, gestión del líder?

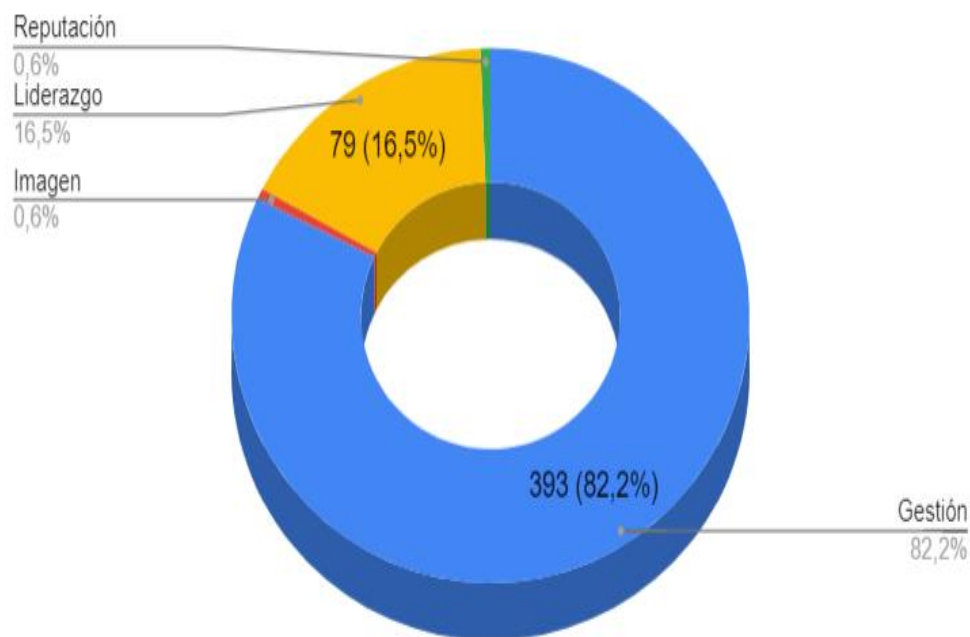


Figura 20. *Imagen, reputación y gestión de líder*

Fuente: Elaborado por el autor.

En cuanto a la relación directa de los tweets hacia el ex mandatario, se identificó que los 478 tweets que si hicieron referencia a Lenin Moreno, el 82.2% de los tweets se enfocaron directamente en las ventajas y desventajas de la gestión realizada por el ex mandatario durante las protestas, tal como se ve en la figura 20. Torres (1993), explica que la crisis desencadena una pérdida de confianza entre los electores y sus partidos, lo cual se puede ver evidenciado en los resultados, los mismos que indican que más de la mitad de los tweets hicieron referencia directa a la gestión del ex mandatario, denotando desconfianza en el trabajo realizado por Lenin Moreno hasta ese momento. Por otro lado, se puede evidenciar en la figura 20 que el 16.5% de los tweets hicieron referencia directa a la manera de liderar del ex mandatario, cabe recalcar que dicho porcentaje incluye tweets que se expresan de manera positiva del ex mandatario Lenin Moreno, estos mismos haciendo referencia al respaldo que le daban los usuarios de la plataforma Twitter durante las protestas.

Pregunta 4. ¿Con qué temática se relaciona el tweet que está codificando?

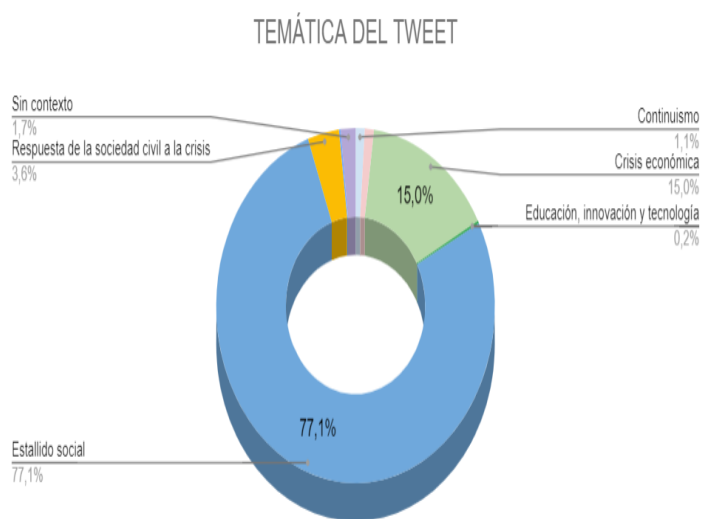


Figura 21. ¿Con qué temática se relaciona el tweet que está codificando?

Fuente: Elaborado por el autor.

En relación a la temática del tweet, se puede evidenciar en la figura 21, que el 77,1% de los tweets extraídos, hacen referencia al estallido social. La otra temática que le sigue es la crisis económica con un 15%. A pesar de que la crisis económica fue la segunda temática que más se logró identificar en los tweets extraídos, con un 15%, estos mismos, los usuarios, identificaban las protestas como resultado de la crisis económica. Se pudo evidenciar también que la respuesta de la sociedad civil a la crisis fue la tercera temática que más se hizo referencia con un 3,6%. Esto quiere decir que, los tres porcentajes más altos respecto a la temática del tweet, estaban relacionados entre sí, reforzando lo planteado por Castro (2015), el cual indica que la crisis puede manifestarse de diversas maneras, como lo es una situación social peligrosa en el aspecto económico, político e incluso militar. La misma que se vio reflejada con las protestas. (p. 8).

Por otro lado, en menor porcentaje, existieron usuarios de la plataforma Twitter que emplearon el hashtag #NoCedasLenin para mostrar su descontento en relación a el continuismo del ex mandatario en un 1,1% y la educación, innovación y tecnología en un 0,2%.

Pregunta 5. Seleccione del siguiente listado los elementos que se observan en el tweet:

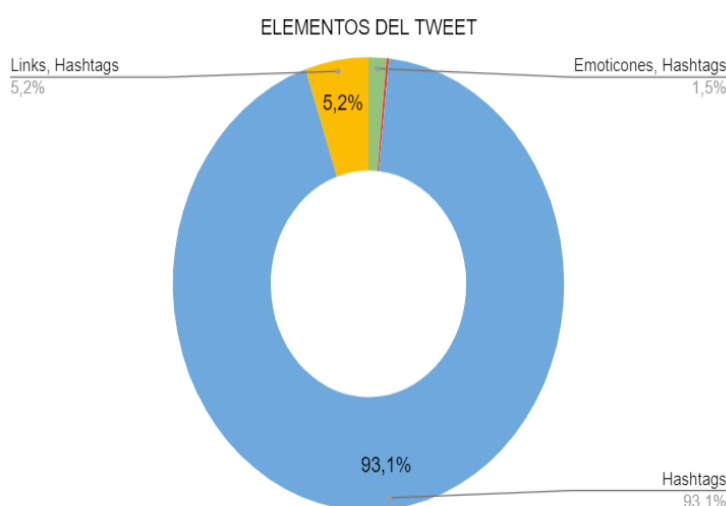


Figura 22. Seleccione del siguiente listado los elementos que se observan en el tweet:

Fuente: Elaborado por el autor.

En cuanto a los elementos del tweet, se identificó que elemento que mayormente se usó en los tweets que hacen referencia directa al ex mandatario, tal como se observa en la figura 22, es un hashtag con el 93,1%. Esta investigación se ha realizado en base a un hashtag y justamente este fue el elemento que más predominó en todos los tweets extraídos. Lo que quiere decir que como muestra de apoyo o desaprobación hacia las informaciones recibidas, las personas reaccionaban respondiendo con un hashtag

Pregunta 6. ¿El tweet utiliza adjetivos calificativos para hablar del líder?

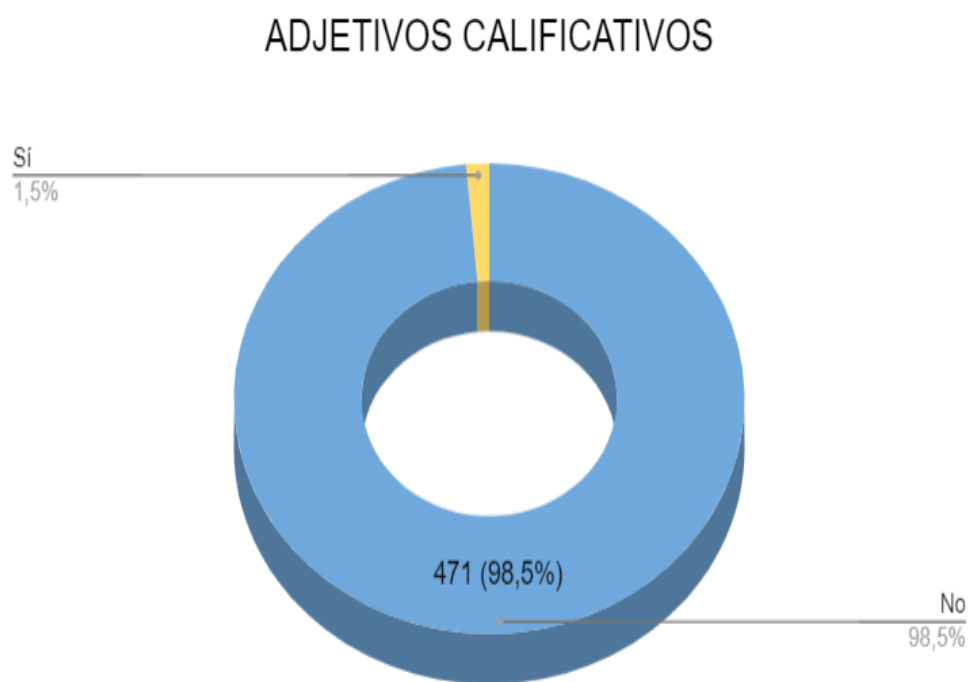


Figura 23. *Seleccione del siguiente listado los elementos que se observan en el tweet:*

Fuente: Elaborado por el autor

Respecto al uso de adjetivos, se puede observar en la figura 23, que solamente el 1,5% de los tweets que emplean el hashtag #NoCedasLenin haciendo referencia directa a Lenin Moreno, usan adjetivos calificativos para referirse al mismo. El 98,5% de los tweets, no hace uso de

adjetivos calificativos. Esto evidencia que, la mayoría de los usuarios que usaron el hashtag, publicaron tweets refiriéndose a la temática en general y solo una minoría hacia fuertes referencias a Lenin Moreno y su gestión.

En relación a la pregunta 7 “*Usted diría que, los adjetivos que se observan en el tweet son...*”, solamente 7 tweets hacen uso de adjetivos para referirse al ex mandatario, pero estos son negativos en su totalidad. Esto nos da a entender, que a pesar de que el 100% de los adjetivos son negativos, estos tweets no tienen mayor peso sobre los demás tweets analizados anteriormente, los cuales si muestran respaldo en la gestión de Lenin Moreno durante las protestas.

**Tabla 3. Seleccione del siguiente listado los elementos que se observan en el tweet:**

Fuente: Elaborado por el autor

Usuario	Tuit	Adjetivo
@Natyrvnt	@Lenin #NoCedasLenin esto no es un dialogo es una amenaza.Terrorista	Terrorista
@josef_ecuador	@Ternurita3103 @Lenin Payaso #NoCedasLenin	Payaso
@JorgeRuizCrespo	Ciudadanos hoy bajaron desde barrios populares del norte, centro y sur de #Quito ¿Cuándo serán escuchados? #LeninAsesino #AguanteLenin #NoCedasLenin <a href="https://t.co/UIOqiMK2QL">https://t.co/UIOqiMK2QL</a>	Asesino
@eliasib88	El Maldito de @Lenin aparte de ladrón, desleal, dictador es tan mentiroso que saldrá caminando un día de estos. #Quito #NoCedasLenin #FueraLeninFuera	Maldito Ladrón Desleal Dictador

		Mentiroso
<b>@javier96aspiazu</b>	No vote por ti, cojo mmv pero creo en lo correcto y las medidas son correctas #NoCedasLenin #NoCedasLenin	Cojo mmv
<b>@Joshua51963592</b>	Genocida #NoCedasLenin	Genocida
<b>@Vanessa43999952</b>	@Lenin #Mira como muere tu pueblo, maldito GENOCIDA, tu nombre quedará marcado en la historia como el por presitende del Ecuador #MasacreEnQuito #FueraLeninFuera #EcuadorEnCrisis #NoCedasLenin @Lenin #YoTambienSoyZangano #yotambiensoyzángano <a href="https://t.co/pQH3p1EVHO">https://t.co/pQH3p1EVHO</a>	Maldito Genocida

Como se puede evidenciar, la tabla numero 3 detalla que solo 7 usuarios hicieron uso de adjetivos negativos para referirse al ex mandatario. De estos usuarios, existieron 2 que mediante un solo tweet hicieron uso de más de un adjetivo para referirse a Lenin moreno como fue el caso del usuario @eliasib58 que uso adjetivos como maldito, ladrón, desleal, dictador y mentiroso. El Adjetivo que más se uso fue “genocida”; el mismo que fue implementado por el usuario @Joshua51963592 y el usuario @Vanessa43999952.

## 9. Discusión de resultados

A partir de los hallazgos del estudio, se pudo identificar que existía una falta de confianza respecto a la gestión hecha por el ex presidente Lenin Moreno; los datos obtenidos a partir del análisis de los tweets extraídos, permitieron responder los objetivos específicos planteados en esta investigación, los cuales hacen referencia a la relación entre Lenin Moreno y el liderazgo político y gestión gubernamental.

Estos resultados guardan relación con lo que sostiene el autor Briones (2014) quien señala que, a pesar de que los medios tradicionales como la radio y televisión seguirán formando parte del proceso político para llegar a un público objetivo, las redes sociales seguirán en auge con el pasar de los años, porque esta se convertido en una alternativa conveniente para comunicarse y esto lo confirma su alcance, bajo coste, y el número de usuarios que van creciendo de manera acelerada. Ello es acorde con lo que se logró identificar en este estudio.

Este estudio coincide también con lo planteado por los autores Hinojosa, Marín, Punín y Ruiz (2016) los cuales validan la importancia de Twitter en los líderes políticos ecuatorianos, midiendo el crecimiento y alcance de Twitter en Ecuador. Pero, en lo que no concuerda el estudio de los referidos autores con el presente, es que ellos mencionan que los partidos con mayor número de seguidores en Twitter son más aceptados por el público. En este estudio se logró identificar que a pesar de que Lenin Moreno contaba con una cantidad elevada de seguidores; su reputación, imagen y aceptación no era buena, ya que existía desconfianza por parte de los usuarios de Twitter.



Por otro lado, Sánchez y Barraza (2015) exponen que una de las condiciones que una persona debe cumplir para que sea considerado un líder es que en primera instancia debe ser reconocido; lo que significa que debe contar con una legitimidad, la que no es otorgada en función de un nombramiento, sino que proviene de la confiabilidad que genera. La misma legitimidad que no poseía Lenin Moreno, ya que venía de ser vicepresidente de un gobierno lleno de escándalos políticos. Esta falta de legitimidad se logró identificar en el análisis de los tweets publicados por los usuarios que al momento de las protestas mostraban apoyo, pero aceptaban que antes de eso no confiaban en él.

La tecnología, permite a los líderes emplear herramientas que mantengan y creen una buena percepción en los miembros de la sociedad y mantenerlos informados sobre las actividades que ambos realizan, lo cual se pudo analizar en los tweets extraídos para el análisis, como se pudo evidenciar en la figura 19, en donde se evidencia el 81,2% no hacía referencia directa a Lenin Moreno, más bien los usuarios de twitter, usaron el hashtag también para informarse, exponer opiniones y difundir información respecto a las protestas. Este análisis concuerda con lo planteado por Tarullo (2015), el cual sostiene que la gestión gubernamental obtiene beneficios al emplear redes sociales, ya que estas que le permitan mantenerse en contacto con los ciudadanos, donde los mismos se convierten en emisores y forman parte del proceso de toma de decisiones de los gobiernos. Por ello, ante un momento de crisis, la estrategia con la que se emplean herramientas como las redes sociales contribuirá o no a mejorar la percepción del líder y su gestión en los tiempos de crisis.

A partir del análisis de los tweets, también se logró identificar la disconformidad de parte de los usuarios de twitter, los cuales no estaban de acuerdo con las estrategias tomadas por parte del ex mandatario. El comportamiento que expresaba disconformidad de parte de los protestantes

y usuarios de twitter concuerda con lo planteado por Haldenwang (1990), el cual expresa que la crisis de endeudamiento limita a los espacios políticos y les obliga a realizar procesos dolorosos de ajuste. Esto tiene como consecuencia una creciente polarización socioeconómica que afecta algunas regiones más que a otras. A pesar de ello, muchos estaban de acuerdo con que este no cediera ante la presión de los protestantes. Lo cual demuestra que durante este gobierno existió una falta de liderazgo y gestión gubernamental por parte del ex presidente; lo cual originó una disminución en su reputación y un rechazo por parte de los ciudadanos. Demostrando así que a partir de este periodo, inició una crisis social y política en el país.

Este estudio también concuerda con lo planteado por José Costales (2014), el cual sostiene que las plataformas digitales se convierten en una vitrina virtual, donde los votantes pueden informarse, debatir y criticar, de la misma forma en la que ellos ofrecen información. Es por eso que, la utilización del hashtag #NoCedasLenin ayudó a impulsar la imagen política digital del ex mandatario; quien a pesar de tener una imagen negativa y recibir comentarios negativos por parte de los usuarios, incrementó su presencia en redes sociales, principalmente en twitter.

## 10. Conclusiones y recomendaciones

Esta investigación tuvo como finalidad explorar la construcción de la reputación digital del ex presidente Lenin Moreno en el periodo 2019 – 2021 en la plataforma microblogging twitter mediante el uso del hashtag #NoCedasLenin.

En este sentido, se concluye que, el tiempo durante el cual se registró mayor uso del hashtag fueron durante las protestas suscitadas en octubre del 2019. Mediante el análisis también se observó que el 81,2% de los tweets no hacía referencia directa a la gestión del ex mandatario Lenin Moreno, sin embargo, si mostraban respaldo a las decisiones que el mismo estaba tomando durante la crisis.

La crisis puede manifestarse de distintas maneras, dando como resultado un cambio traumático en la salud de millones de personas o una situación socialmente peligrosa en el aspecto económico, entre otros. (Castro, 2015, p. 8). En cuanto a la temática, a la que más se hizo relación fue la del estallido social con un 77,1%. En menores porcentajes se mencionaron temas como la crisis económica, continuismo y educación, sin embargo, en estos mismos tweets, los usuarios consideraban que las protestas que se estaban dando era el resultado de un mal manejo de la crisis económica. Por otro lado, también se logró identificar 7 usuarios que hicieron referencia directa a Lenin Moreno usando adjetivos calificativos, los cuales, a pesar de haber sido negativos en su totalidad, no representaron ni un peso sobre los demás tweets analizados durante el estudio.

Actualmente, las tecnologías de la información han tenido un fuerte impacto en la gestión de los gobiernos (Contreras, 2017, p. 9), es por eso que, debido a la protesta realizada en octubre

del año 2019, la reputación del ex mandatario cayó e incluso su imagen política digital, principalmente a través de redes sociales, fue negativa y llena de burlas por parte de los usuarios.

Para futuros estudios relacionados al liderazgo político digital, se recomienda no solo tomar una red social para la obtención de datos, sino que se investigue de manera simultánea el mismo fenómeno en distintas redes sociales como Facebook e Instagram. Es también importante mencionar que se recomienda hacer un estudio de profundización desde un enfoque cualitativo que permita ampliar el análisis textual de los tweets generados por el líder político que sea tomado como caso de estudio.

Se recomienda también, que se amplíen los casos de estudio para llegar a encontrar resultados que sean generalizables. Asimismo, se recomienda tomar en cuenta más hashtags para futuros estudios, ya que al no usar otros hashtags en relación al líder, se podría estar perdiendo una cantidad considerable de tweets por analizar y de esta manera se podría tener una mayor visibilidad de interacción en relación al líder político.

## 11. Referencias Bibliográficas

Bass, B. (1985). *Leadership and Performance Beyond Expectation*. Nueva York: Free Press.

Blondel, J. (1987). *Political leadership. Towards a general analysis*. Londres: Sage.

Bustos, R. (2005). Desarrollo local y representación: el concepto de crisis. *Revista de Historia, Geografía y Cultura Andina*(25), 53-76.

Cabrera, T., & López, M. (2017). Campaña política a través de redes sociales. *ComHumanitas*, 5(1), 65-72.

Casal, F. (2019). Causas y consecuencias de la polarización: ¿Qué es lo que sabemos? *Cuadernos de pensamiento político*, 3, 5-17.

Contreras, L. (2017). Las redes sociales digitales como factor de proximidad entre la sociedad y los gobiernos subnacionales en México. *RICSH Revista Iberoamericana de las Ciencias Sociales y Humanísticas*, 6-12.

Damián, A. (2015). Crisis global, económica, social y ambiental. *Estudios demográficos y urbanos*, 30(1).

Meza, R. B. (2017). *Liderazgo político: el caso de Andrés Manuel López Obrador en el Movimiento de Regeneración Nacional (morena)*. Ciudad de México .

Natalia Alexandra Angulo Moncayo, A. V. (2018). *La política en Twitter. Un estudio comparativo de las estrategias discursivas de los candidatos finalistas a la Presidencia de Ecuador en 2017*. Castellón de la Plana .

INEC. (2016). Obtenido de INEC: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas/>

- Malamud, A. (2020). *¿Por qué estalla Latinoamérica?* (Vol. 20). Ciudad de México: Foreign Affairs Latinoamérica.
- Barragán, M. A. (2020). *AMÉRICA LATINA 2019: VUELTA A LA INESTABILIDAD* (Vol. 40). Iberoamericana.
- Lustig Nora, J. M. (2020). *Latinoamérica en el centro de la pandemia: las respuestas durante la primera fase*. Pensamiento Iberoamericano.
- Moscoso, C. M. (2017). *Lenín Moreno: ¿un punto de inflexión para Alianza País?* . Nueva sociedad.
- Collado, F. C. (2016). *El liderazgo político en las democracias representativas: propuesta de análisis desde el constructivismo estructuralista*. Ciudad de México.
- Olivares, A. P. (2020). *La persistente debilidad institucional de Ecuador. protestas, elecciones y divisiones políticas durante el 2019* (Vol. 40). Santiago: Revista de Ciencia Política.
- Stats, I. W. (2018). *Internet World Stats*. Obtenido de <https://www.internetworldstats.com/stats2.htm>
- Instituto de la Democracia. (s.f.). *Elecciones presidenciales del Ecuador 1949 - 2017*. Obtenido de [http://institutodemocracia.gob.ec/wp-content/uploads/2019/11/libro\\_presidentes\\_1948-2017.pdf](http://institutodemocracia.gob.ec/wp-content/uploads/2019/11/libro_presidentes_1948-2017.pdf)
- Campos-Domínguez, E. (2017). *Twitter y la comunicación política*. El profesional de la información.
- Gomez, L. M. (2010). Twitter. *Anest.*

Saltos, N. G. (2013). *La presencia de Rafael Correa y de Alianza País en las redes sociales*.

Recuperado el 2021, de Poderliderazgosur: <https://poderliderazgosur.wordpress.com/la-presencia-de-rafael-correa-y-de-alianza-pais-en-las-redes-sociales/>

Briones, B. M. (2014). *El uso de las redes sociales para las campañas políticas*.

Damián, A. (2015). Crisis global, económica, social y ambiental. *Estudios demográficos y urbanos*, 30(1).

Marín Gutiérrez, I., Punin Larrea, M. I., Hinojosa Becerra, M., & Ruiz San Miguel, J. (2016).

*Twitter como herramienta estratégica en la política ecuatoriana* (Vol. 20). Monterrey: Razón y Palabra.

Puyosa, I. (2017). *Botspolíticos enTwitter enlacampaña presidencial #Ecuador2017*.

Contratexto.

Morán, D. X. (2017). *Análisis de las campañas políticas a través de las redes sociales: facebook y twitter de lenin moreno, guillermo lasso y cynthia viteri candidatos a la presidencia de la república del ecuador en los comicios del 19 febrero de 2017*. Sevilla.

Morán, D. X. (2017). *Análisis de las campañas políticas a través de las redes sociales: facebook y twitter de lenin moreno, guillermo lasso y cynthia viteri candidatos a la presidencia de la república del ecuador en los comicios del 19 febrero de 2017*. Sevilla.

Ortegon, E. (2008). *Guia sobre diseño y gestion de la política pública* . Bogotá: Organización del convenio Andres Bello .

Aguilar, L. (2007). *El aporte de la Política Pública y de la Nueva Gestión Pública a la gobernanza*. Revista del CLAD Reforma y Democracia.

Oszlak, O. (2014). *Estado abierto: ¿Hacia un nuevo paradigma de gestión pública?* OEA, Red Gealc y IDRC.

Jose Sánchez Reyes, L. B. (2015). *Percepciones sobre liderazgo*. El fuerte : Ra Ximhai.

Mc Call, M. J. (1983). *Off the track: Why and how successful executives get derailed*. Greenboro, NC: Centre for Creative Leadership.

Lange, D. L. (2011). *Organizational Reputation: A review*. Journal of management.

Hernandez, M. R. (2018). *Reputación y Reputación online o digital: ¿quién va primero?*

Costales, J. R. (2014). *Rafael Correa y las elecciones 2006. Inicios del Marketing y Comunicación política digital en Ecuador*. Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación.

Svampa, M. (2016). *El concepto de crisis en Reinhart Koselleck. Polisemias de una categoría histórica*. Revista de teoría y filosofía política clásica y moderna.

haldenwang, C. v. (1990). *Hacia un concepto politológico de la descentralización del estado en américa latina*. Santiago: Revista EURE-Revista de Estudios Urbano Regionales.

Rivas, E. T. (1993). *América latina: gobernabilidad y democracia en sociedades en crisis*. Nueva sociedad.

RAE. (2017). *Real Academia Española*. Obtenido de <https://dle.rae.es/gubernamental>

Cazau, P. (2006). *Introducción a la Investigación en Ciencias Sociales*. Buenos Aires: Red de Psicología online.



Twitter Help Center. (2021). *Twitter*. Obtenido de Twitter: <https://help.twitter.com/es/rules-and-policies/twitter-api>

Hamel, G. (2015). The 15 Diseases of Leadership, According to Pope Francis. . *Harvard Business Review*. , 1.

Tarullo, R. (2015). Las redes sociales en la comunicación de gobierno: una aproximación teórica. *Revista de Investigación del Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales* , 4(7), 3-18.

Valdez, M. (2012). *Aspectos generales de una crisis*. México: Universidad Autónoma de Nuevo León.