



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

“Reputación on line del Presidente de Chile Sebastián Piñera a partir de la opinión publicada en la plataforma de microblogging Twitter en un contexto de protestas y crisis entre el periodo de 2019 - 2021”

Elaborado por:

SHEYLA PAULETTE GUEVARA MALDONADO

GRADO

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

Licenciada en Comunicación Social, con mención en Marketing y Gestión Empresarial

Guayaquil – Ecuador

Noviembre, 2021



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

“Reputación on line de líderes políticos latinoamericanos en contexto de protestas. Caso Ecuador y Chile ”

Elaborado por:

SHEYLA PAULETTE GUEVARA MALDONADO

GRADO

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

Licenciada en Comunicación Social, con mención en Marketing y Gestión Empresarial

**DOCENTE INVESTIGADOR
Gabriela Baquerizo**

**CO-INVESTIGADOR
Estefania Luzuriaga Uribe**

**Guayaquil – Ecuador
Noviembre, 2021**

Resumen

Esta investigación determina la reputación online del presidente de Chile en un contexto de crisis durante el periodo 01 de enero de 2019 y 30 de marzo del 2021. El estudio tiene un enfoque de tipo no experimental, el alcance es descriptivo y tiene un enfoque mixto (cuantitativo y cualitativo). Las técnicas de investigación que usaron para recoger la investigación fueron por medio de análisis de mensajes textuales publicados en la red social Twitter donde se utilizó el sitio web <https://getdaytrends.com> para realizar la búsqueda del hashtag *#Piñeractm* con el que se realizará el estudio. Se recogieron un total de 7,133 tweets. Los resultados demostraron que efectivamente es posible construir una reputación digital, a partir de los tweets publicados por ciudadanos que hacen opinión popular, criticando la gestión, el liderazgo y la imagen de un político, como el presidente de Chile, Sebastián Piñera, sobre quien se evidenció una reputación negativa.

Palabras claves: Comunicación Gubernamental, Twitter, Reputación Digital, Crisis, Liderazgo Político, Protestas.

Abstract

This research determines the online reputation of the President of Chile in a context of crisis during the period January 1, 2019 and March 30, 2021. The study has a non-experimental approach, the scope is descriptive and has a mixed approach (quantitative and qualitative). The research techniques used to collect the research were through analysis of text messages published on the social network Twitter where the website <https://getdaytrends.com> was used to search for the hashtag # Piñeractm with which it will be carried out. the study. A total of 7,133 tweets were collected. The results showed that it is indeed possible to build a digital reputation, based on the tweets published by citizens who make popular opinions, criticizing the management, leadership and image of a politician, such as the president of Chile, Sebastián Piñera, about whom evidenced a negative reputation.

Keywords: Government Communication, Twitter, Digital Reputation, Crisis, Political Leadership, Protests

Tabla de contenidos

Nota Introductoria	6
Introducción	7
Planteamiento del problema	9
Justificación	10
Antecedentes	11
Twitter y la política	12
Revisión de Literatura	14
Marco Conceptual	14
Gestión gubernamental	14
Reputación digital	16
Liderazgo político	17
Crisis.....	18
Protestas	19
Estado del Arte.....	20
Objetivos de investigación	25
Objetivo General.....	25
Objetivos Específicos	25
Diseño metodológico	25
Planteamiento de la investigación.....	25
Métodos	27
Unidad de análisis, de recogida y muestra.....	27
Consideraciones éticas.....	29
Resultados	30
Discusión de los Resultados.....	43
Conclusión y Recomendaciones	47
Bibliografía	49
Anexos	56

Índice de tablas

Tabla 1.- Hashtags y Tweets para muestra. Fuente. - elaboración propia.	28
Tabla 2.- Hashtags presentes en los tweets codificados. Fuente. - elaboración propia.....	30
Tabla 3.- Tweets con menciones directas o indirectas a Piñera. Fuente. - elaboración propia.	31
Tabla 4.- Tematicas de tweets codificados Fuente. - elaboración propia.	32
Tabla 5.- Menciones de tweets codificados. Fuente. - elaboración propia.	32
Tabla 6.- Menciones de los tweets codificados. Fuente. - elaboración propia.....	33
Tabla 7.- ¿De qué habla en concreto el tuit que se está codificando? Fuente. elaboración propia.	34
Tabla 8.- Calificativos en los tweets en los que se mencionan a Piñera. Fuente. elaboración propia.	35

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 tweets 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.

Introducción

La reputación digital constituye uno de los más preciados factores estratégicos con los que se puede contar en la actualidad, esto debido a la ausencia de credibilidad que suele existir a nivel institucional. La reputación cobra protagonismo gracias a las TIC, Tecnologías de Información y Comunicación, pues la forma en que las personas interactúan en plataformas digitales se ha transformado y ahora se hace evidente cuál es la percepción que los ciudadanos tienen de una determinada institución mediante sus posteos en redes sociales (Atarama Rojas & Cortez Alburqueque, 2015).

Conservar o generar una reputación digital positiva se torna complicado ante ambientes de crisis, a la cual se la ha concebido como una parte negativa de la sociedad moderna pero que es capaz de promover a la acción (Mascareño, 2018). En una sociedad pueden ocurrir eventos críticos en términos económicos, políticos, sociales, de salud, entre otros, respecto a este último punto, la pandemia desatada por el SARS CoV 2, originó una fuerte crisis a nivel mundial.

Por lo expuesto acerca de reputación digital y crisis, resulta necesario abarcar el tema de liderazgo político, el mismo que representa una de las cualidades primordiales dentro de la política debido a que favorece al correcto funcionamiento del sistema de un país. Se dice que un líder constituye una guía y ejerce un importante rol en un grupo, comunidad, país, etc. En Latinoamérica existen diversos perfiles de personas que se encuentran al mando de sus respectivos países, sin embargo, esas características varían por supuesto, dependiendo de las problemáticas y contextos que cada uno enfrenta, por lo que se necesita precisar en un determinado país para analizar cómo está funcionando el liderazgo en su estructura política (Bolívar Meza, Liderazgo político: el caso de Andrés Manuel López Obrador en Movimiento de Regeneración Nacional (MORENA), 2017). Debido a los últimos problemas suscitados en

los gobiernos de Latinoamérica, entre estallidos sociales y afectaciones por la crisis sanitaria, se pretende estudiar la reputación de los líderes políticos como máximos representantes de los países en controversia, siendo Chile el país objeto de estudio, tomando en cuenta su gestión e imagen durante sus periodos de gobierno.

La presente investigación busca analizar la percepción que mantienen los ciudadanos y es difundida en la red social Twitter, acerca del liderazgo político, en un contexto de protestas y crisis en Chile, durante el periodo de octubre 2019 hasta marzo de 2021, tiempo en el cual, el líder político el presidente Sebastián Piñera desató controversias por su liderazgo tomando en cuenta lo ocurrido tras el estallido social y la crisis sanitaria por COVID19.

Mediante el análisis textual de tweets publicados a través de la red social Twitter, se procura determinar cuál es la percepción que tienen del líder político de Chile luego de los acontecimientos de protestas y crisis. Para alcanzar aquel objetivo, se requiere analizar los procesos de comunicación, a través de la plataforma de microblogging Twitter. Las técnicas de investigación a implementarse serán por medio de la recolección de datos de 7.133 tweets publicados con el hashtag #PIÑERACTM relacionados con la gestión gubernamental y de la reputación personal del mandatario durante el periodo de estudio.

Planteamiento del problema

El problema radica en el desconocimiento acerca de los niveles en los que se encuentra la reputación del líder político de Chile, Sebastián Piñera, en medio de un ambiente de protesta suscitadas desde el año 2019. Para llevar a cabo la investigación, se considerará lo complejo de analizar los estereotipos que recaen sobre él, siendo el primer mandatario y representante de su país, lo que forma parte de su imagen y reputación del país en general. Para lograr dar solución al problema, se debe tomar en cuenta conceptos importantes, como el de la reputación que de acuerdo a Cahill (2004) citado por Moreno y Navarro (2020) “es el reconocimiento de otras personas respecto a algunas características o habilidades” (pág. 2).

En el caso de la reputación en un contexto político, tiene fuerte influencia en el aspecto económico del país, por lo que guarda estrecha relación a la realidad que cada nación atraviesa. En pocas palabras, la reputación que poseen los líderes políticos, están vinculadas a las políticas adecuadas, por lo que la reputación del gobernador es directa con la marca que el país tendrá.

Las preguntas que contienen el problema de investigación y a las que se les debe otorgar respuestas a lo largo del documento, son: ¿cómo inciden los contextos crisis en la reputación de los líderes políticos? ¿Por qué la opinión publicada en el microblogging twitter afecta tanto la imagen y reputación del líder político? ¿Cómo afecta al país la reputación del líder político en contextos de protestas y crisis?

Justificación

Esta investigación es importante porque da a conocer una nueva herramienta con que la ciudadanía cuenta para dar a conocer sus posturas e ideas sobre temas políticos y sociales, mediante la redacción de publicaciones, lo que evidencia la ruptura entre los medios de comunicación tradicionales con los medios digitales, como el caso de la red social Twitter. Esta plataforma les permite a los usuarios expresarse con mayor libertad, avalando el proceso de democratización de la información y concediéndole a los individuos roles más activos en los asuntos políticos.

Además, se analiza la relevancia que tiene Twitter en torno a la actividad política por parte de líderes y organizaciones, así como el control que ahora poseen los usuarios para crear y emitir mensajes que influyen en la imagen y reputación de personajes tan importantes, como el caso de un primer mandatario. Por ende, es necesario recalcar que las redes sociales: “ofrecen facilidades para gestionar acciones de gran alcance dentro de la campaña política, desarrollar la comunicación interpersonal del político, mantener o crear imagen, fomentar círculos de apoyo o marcar la diferencia con su rival, entre otros objetivos” (Marín Dueñas, Simancas González, & Berzosa Moreno, 2019, pág. 130).

Mientras que los recientes estudios publicados, indican que las redes sociales:

Se han convertido en espacios de promoción y propaganda electoral que atraen a la clase política por su capacidad para amplificar los discursos, la posibilidad de llegar con los mensajes a grupos sociales cada vez más heterogéneos y obviamente, por la reducción de costos para la producción y difusión de material comunicacional (Angulo Moncayo, Estrella Osorio, & López Paredes, 2018, pág. 26).

Por lo tanto, la presente investigación propone realizar un análisis de reputación gubernamental, imagen y el liderazgo durante el periodo de gobierno del líder político,

Sebastián Piñera, en un contexto de estallido social y crisis sanitaria, en el periodo comprendido entre el 1 de enero de 2019 y el 30 de marzo de 2021.

Antecedentes

En la agenda pública ha sido creciente el cuestionamiento del sistema democrático durante 2019-2020, En ese sentido, las diversas coyunturas han causado una serie de problemáticas expresada en las masivas protestas de varios países latinoamericanos, particularmente Chile, dejando un saldo de muertos y heridos por el alza de pasajes al transporte público (El País, 2020). Al inicio de la pandemia por la Covid-19, no existieron respuestas inmediatas, por lo que el mundo se vio en la necesidad de aplicar tácticas sanitarias, como el confinamiento obligatorio y el cierre de las fronteras, fundamentadas en la declaración de estado de emergencia (Acosta, 2020).

En Chile el panorama no se diferencia tanto del resto de Latinoamérica, es decir que también existe en este país desigualdad, violencia y corrupción, como señalan las cifras publicadas por Diario El Universo:

Con una inflación de 2% anual, una pobreza por ingreso de 8,6% y un crecimiento esperado para este año de 2,5%, uno de los más altos en una región en crisis, el llamado modelo chileno era la envidia de muchos en América Latina, aunque sus indicadores sociales como salud, educación y pensiones escondían demasiadas iniquidades (Diario El Universo, 2019).

En la actualidad, Chile se encuentra bajo la administración de Sebastián Piñera Echenique, cuyo segundo periodo presidencial inició en marzo de 2018 mientras que el primero tuvo lugar entre el 2010 al 2014. Con el ascenso de Piñera, finalizó la época de gobiernos progresistas que gobernaron durante 20 años. Cabe recalcar que los resultados que

hicieron ganador a Sebastián Piñera en la segunda vuelta, fue del 54,51% a su favor, venciendo a su competidor Alejandro Guillier (Gobierno de Chile, 2017).

Más adelante, desde mediados de octubre del año 2019, empezaron a suscitarse diversos estallidos sociales; manifestantes entre ellos: estudiantes universitarios y de secundaria, salieron a las calles de la ciudad debido a la desigualdad y los altos costos de vida, debido al incremento del precio de los boletos del metro de Santiago, mediante un proyecto de ley que habría entrado en vigencia el 6 de octubre del 2019 pero que luego tuvo que ser derogada por las fuertes protestas. En Chile, ya se habían presenciado antecedentes de marchas estudiantiles, por ejemplo en el año 2011, sin embargo, las inconformidades también estarían relacionadas a la marginalidad, precariedad y el endeudamiento de las que se sienten perjudicados los ciudadanos chilenos, ya que padecen de bajos sueldos y pensiones, altos costos de medicamentos, inadecuado funcionamiento del Fondo Nacional de Salud (Fonasa), entre otros problemas sociales (Agencia EFE, 2019).

La magnitud de las protestas se pausaron en las vacaciones, y a mitad de marzo con la pandemia de Covid-19, sumado a los decretos de estado de excepción, toque de queda y cuarentena, permitieron la calma retorne a los sectores de la ciudad en los que se presentaron los hechos violentos. Sin embargo, como resultado de dichas manifestaciones los niveles de aprobación para el presidente Sebastián Piñera bajó a un 6% de aprobación, según información obtenida por las encuestas del Centro de Estudios Públicos (CEP, 2020) siendo la cifra más baja que un presidente chileno ha tenido desde la creación de esta fundación.

Twitter y la política

Twitter es una red social que fue creada por Jack Dorsey en el año 2006 pero cobró popularidad en el 2007, alcanzando un impacto positivo en la sociedad a pesar de que se le predijo poco éxito al inicio. Uno de sus aportes es que fue diseñada para cumplir con función

informativa, al ser más bien una herramienta más formal de comunicación, así lo indicó su creador (Navas Leoro, 2019). Gracias a ello, gran cantidad de usuarios han reconocido que ingresan a Twitter para consumir noticias, antes que recurrir a un medio de comunicación tradicional. Se ha destacado además que las noticias más importantes en los años recientes, han aparecido en Twitter de forma inmediata, por lo que se ha consolidado como un instrumento de comunicación y de información que cuenta con una importante aceptación sin precedentes (Pérez Soler, 2017).

La plataforma se utiliza como un medio de comunicación universal donde por medio de mensajes con restricción de 280 caracteres, se propagan por la red de forma viral e incontrolable. Tiene la capacidad de propagación de mensajes ya sea con imágenes, videos o enlaces donde sus followers pueden dar “me gusta”, “retweet” o menciones mediante hashtags, donde también se permite ver la fecha de emisión, dispositivo y en algunos casos la localización del emisor del tweet (Fernández Gómez, Hernández Santaolalla, & Sanz Marcos, 2018).

De acuerdo a lo dicho por Piscitelli (2011), parafraseado por Domínguez (2017) dicho autor estima que esta red social es una de las herramientas de comunicación más eficaces de la historia. Además señala que “es un hecho que Twitter se ha convertido en una de las redes sociales con más relevancia para la clase política y periodística (Campos Domínguez, 2017, pág. 132) y ha sido empleada por personajes dedicados a la política, organizaciones, sociedad civil, medios de comunicación, ciudadanos en general, etc. Y se le ha brindado mucha atención por parte de académicos e investigadores.

La mayoría de presidentes de Latinoamérica cuentan con un perfil verificado en la plataforma de microblogging, Twitter, lo que parecería un indicador de que los mandatarios conocen la importancia de mantener comunicación con los ciudadanos, facilitando la

participación e interacción a través de debates previos a campañas electorales o para garantizar la retroalimentación con el resto de usuarios. Un ejemplo y precedente de esto, sería lo que ha ocurrido en Estados Unidos, desde la campaña inicial de Obama en el año 2008 hasta la última en el 2017 (Figuereo Benítez, 2019).

Twitter se caracteriza por su inmediatez y espontaneidad cuando se intercambian conversaciones. Por ejemplo en temas políticos, los mandatarios lo usan para comunicar, dar sus puntos de vista, informar asuntos específicos, mas no para un intercambio más fluido de mensajes, por lo que se manifiesta que los políticos se encuentran más interesados en la difusión de información y retweets de intereses puntuales, haciendo que se forme una especie de burbuja polarizada en el entorno digital de ciertos grupos políticos.

Revisión de Literatura

Marco Conceptual

En el siguiente apartado se pretende dar a conocer los conceptos propuestos por distintos autores, que ayudarán como sustento teórico de la investigación que se está desarrollando. Como proceso de conceptualización se seleccionó a autores relacionados al área de estudio.

Gestión gubernamental

Para Vargas (2017) la gestión gubernamental consiste en la propulsión del patrimonio nacional y la mejora de la productividad y competitividad de la nación, con el propósito de lograr facilidad en términos de alimentación, remuneración y bienestar en general para los ciudadanos. A largo plazo, aquellas gestiones gubernamentales buscan tener una posición exportadora favorable en un contexto globalizado. Sus acciones deben

estar enfocadas en mantener la economía estable dentro de un sistema democrático y una sociedad caracterizada por ser justa, para que se evidencie el adecuado ejercicio del poder.

Mientras que Salimbeni (2019) agregó que la gestión gubernamental hace referencia a la variedad de diligencias que se incluyen en un proceso estatal para alcanzar las metas que se prometieron a los ciudadanos, entre áreas económicas, políticas y sociales, y así fomentar la productividad y el progreso de una nación y sus comunidades. Abarca aspectos como obras públicas, servicios básicos, además de salud y educación, cumpliendo con los derechos humanos a nivel mundial.

Por último, Canel y Núñez (2020) se trata de gestiones claves que se ejecutan dentro de un marco del diálogo entre representantes de distintos sectores de la sociedad civil con el gobierno, lo que contribuye a la colaboración entre diversas instituciones y sectores. Por ende, estos autores consideran que la participación debe ser una característica fundamental dentro de la gestión gubernamental para otorgar respuestas a los ciudadanos, trabajar en pro del bienestar de la población, para lo que se necesita contar con un plan de trabajo eficaz.

Se considera importante incluir los conceptos que diversos autores le han dado a la gestión gubernamental porque permite conocer hacia dónde el liderazgo político debe apuntar en este caso el trabajar para cumplir las promesas y su vez para el bienestar de la población para que comunique sus labores en una red social de alto alcance, como lo es Twitter y saber si los ciudadanos consideran dicho aspecto al momento de emitir comentarios que contribuyan a la formación de una reputación digital.

Reputación digital

Santamaría (2015) considera que la reputación digital es el prestigio que un individuo o marca posee en internet, haciendo énfasis en que no existe alguien que controle a totalidad su reputación digital pero que sí es posible gestionarla para lograr buenos resultados. También asegura que la reputación se encuentra basada en la opinión social emitida por otros usuarios desde la actividad online.

Por otro lado, los autores Madrigal, Madrigal Moreno y Juárez (2020) la definen como la valoración que una persona, marca u organización logran, mediante el uso adecuado o poco favorable que se le dé a las redes, sitios y plataformas que brinda el internet. Es así como el prestigio que se logre en esos medios, está basado en la valoración de los demás internautas.

Regalado, Celi, Chorres y Menacho (2017) conceptualizan a la reputación digital o reputación online como la fama o el prestigio que una empresa o persona adquiere en un ambiente digital. Consideran que la reputación digital no presenta tantas diferencias con la tradicional, debido a que las dos son fundamentales para fortalecer una buena imagen, en el caso de la digital, ayuda a que quienes no conocen a una persona y busquen su nombre a través de internet, vean información favorable de primera mano.

El término de reputación digital es fundamental para el desarrollo de esta investigación debido a que reconocer cuáles son los factores que indican en su formación, cómo repercute en el nivel de aceptación de personajes políticos y también, cómo gestionarla adecuadamente puede provocar una favorable reputación en redes sociales, como Twitter.

Liderazgo político

Para Collado, Jiménez y Entrena (2016) es difícil establecer un concepto único para liderazgo político, por lo que existen varios enfoques desde los cuales analizarlo, por ejemplo, desde la actitud que se cree es la más favorecedora y coherente en el ejercicio de un rol de autoridad. Estos autores consideran importante tomar en cuenta teorías como la constructivista en general y la constructivista estructuralista de Pierre Bourdieu, debido a que así es posible estudiar el liderazgo político desde elementos actitudinales y conductistas que intentan explicar el “por qué” de las acciones.

Mientras que Bolívar (2017) afirma que, desde la perspectiva de las Ciencias Políticas, el liderazgo político hace referencia al proceso por el cual una persona posee más poder que los demás en la estructura con roles a nivel de grupo. Entre las funciones que suelen existir, están la orientación, mando o el manejo de una organización política, de una comunidad o un país. “El líder detenta una mayor capacidad y habilidad social que sus representados” (Bolívar Meza, 2017, pág. 104).

Para Ortega (2020) un líder político es alguien que se presenta de manera atractiva e interesante respecto a otros, demostrando un mayor nivel de destrezas y capacidad que el resto. Además, se trata de uno de las cualidades básicas de la política, debido a que resulta indispensable para el correcto funcionamiento del sistema, en el que un buen líder resulta ser quien orienta a colectividades cumpliendo una función imprescindible en la sociedad.

El liderazgo político es importante para esta investigación porque da a conocer las cualidades y características de un líder que serán determinantes en el ejercicio de su cargo. Este tema se relaciona con los anteriores, gestión gubernamental y reputación digital porque evidencian que las acciones del líder, junto a la forma de comunicar discursos y

mensajes en redes sociales, determinarán la imagen que proyecten en aquellos espacios virtuales.

Crisis

Álvarez (2017) define una crisis como una situación puntual en la trayectoria de una persona o de una organización que puede representar “un cambio repentino entre dos situaciones, cambio que amenaza la imagen y el equilibrio natural de una organización” (Álvarez Ponce de León, 2017, pág. 29) debido a que comparando los dos momentos: el antes (caracterizado por un panorama aparentemente de calma) y el después de la crisis (momentos en los que se aprecia los efectos, sean buenos o malos, dependiendo de la gestión que se realice ante estas situaciones). Se hace preciso determinar qué tanto afectaron esos acontecimientos repentinos, en la imagen y al orden interno de la organización, así como a la reputación ante el público, es decir, lo externo. Así mismo, se debe evaluar cuáles son las oportunidades que llegan tras la crisis.

Para González (2000) a pesar de los diferentes conceptos que se les han atribuido a la crisis, y a que usualmente se le ha dado connotaciones negativas, para él se relaciona con la evolución, dándole una impresión más positiva. Recalca que requiere de acciones que comprenden dos fases, una de separación y otra de elección que debería llevar a la mejora. El autor se muestra de acuerdo a lo que se expone desde el ámbito científico, siendo vista la crisis como un fenómeno que permite la evolución y los cambios.

Mientras que Crespo (2020) se muestra de acuerdo en la necesidad de reflexionar acerca del concepto de crisis, tomando en el origen del término, por lo que considera que resulta pertinente tomar la definición griega que indica que la crisis debe englobar la toma de decisiones, separación y críticas, sobre las situaciones determinantes que conllevan a la acción (Crespo, 2020).

Resulta interesante conocer posturas diferentes respecto a la definición de crisis, debido a que se la puede interpretar desde un enfoque positivo, y no ser vista sólo como algo malo. Depende mucho de la visión, estrategias y capacidad que posea quien o quienes se encuentran al mando de una organización o país, como el caso del presente estudio, que analiza lo sucedido con Chile, su primer mandatario y la reputación online que sus ciudadanos le han atribuido.

Protestas

Según Lizárraga y Petruccelli (2017) la protesta “apuntaba a destacar un sustrato cultural común basado en la acción y la práctica: asamblea, huelga, acampe, piquete, movilización, corte de ruta” (Lizárraga & Petruccelli, 2017, pág. 16). Esto significa que quienes realizan protestas comparten muchos valores y representaciones que los incentivan a actuar de manera adversa al sistema.

Mientras que Inclán (2017) la conceptualizó como prácticas contenciosas protagonizadas por personas comunes que, en la mayoría de los casos establecen pactos con individuos influyentes que se encuentran contrarios a la opinión pública, para unirse y enfrentar a las autoridades. Se suelen originar por políticas nuevas, que incluyen restricciones ocasionando la movilización colectiva de quienes se sienten en desventaja y sobre quienes recaen los perjuicios.

Las personas contienden a través de repertorios de contención conocidos y los expanden creando innovaciones marginales. Cuando estos esfuerzos son respaldados por redes sociales bien estructuradas y una resonancia cultural, los símbolos que orientan la acción en la política contenciosa mantienen la interacción con los opositores —mantienen los movimientos sociales (Inclán Oseguera, 2017, pág. 194).

Debido a que el presente caso, toma en cuenta las protestas desatadas en Chile, se hace pertinente incluir las definiciones que se le dan a este término. Por lo que aporta en gran medida el considerar las características, similitudes y diferencias entre quienes deciden protestar, las alternativas que tienen para hacerlo y cómo se organizan, siendo las redes sociales un espacio influyente en aquel punto.

Estado del Arte

El presente estado del arte toma como referencia estudios sobre la comunicación política/gestión gubernamental, liderazgo político y opinión pública sobre la imagen y reputación de líderes en redes sociales en la plataforma de microblogging Twitter y el contexto de crisis por protestas y COVID19. Los trabajos recopilados para el desarrollo de este apartado corresponden a estudios sobre Europa y América, donde se pretende obtener una visión general sobre los conocimientos y aportes para el estudio de esta investigación.

El artículo *Uso e influencia de Twitter en la comunicación política: el caso del Partido Popular y Podemos en las elecciones generales de 2016* realizado por Marín, Simancas, Berzosa (2019) analiza el uso que hicieron de Twitter las cinco cuentas oficiales de las comunidades autónomas durante la campaña electoral para las elecciones generales de 2016 en España. La importancia que ha tomado la red social Twitter dentro de la ciberpolítica ha propiciado la realización de esta investigación, para seguir esclareciendo el uso que se le da como herramienta para la comunicación política. Mediante un análisis de contenido de las cuentas oficiales de los partidos políticos de Partido Popular: @ppmadrid, @PPCatalunya, @PPAndaluz, @ppcv, @pparagon y del Partido Podemos: @PodemosCMadrid, @Podemos_AND, @Podem_, @PodemosAragon, @PodemosEuskadi_. El tiempo de realización del análisis comprende de la semana anterior y posterior al 26 de junio de 2016 donde se analizaron 1.845 tweets Marín, Simancas, Berzosa (2019).

La investigación por análisis de contenido indica el uso que hacen de Twitter encajaría más con el contexto de la política tradicional que con el de la ciberpolítica, entendiendo que no se adaptan al entorno digital, hecho que queda constatado en el tipo de mensaje predominante que emplean (el humor es casi inexistente) y en que no aprovechan la interactividad que permite generar la herramienta, lo cual queda demostrado por el nulo uso de retweets y agradecimientos, así como el escaso porcentaje de mensajes con menciones.

En el artículo “El liderazgo político de la Unión Europea a través del ecosistema de aplicaciones móviles” del año (2020) realizado por los autores Navarro y Quevedo provenientes de la Universidad de Valladolid, España, se propuso analizar la forma en la que se firman líderes que luego serán integrantes de la Unión Europea y del Reino Unido, mediante la presencia que tengan en plataformas digitales de entretenimiento en móviles iOS y Android. Se buscaba además entender qué tipo de mensajes se difunden a través de las apps manejadas por los líderes políticos de países miembros de la Unión Europea tomando como fechas los años entre 2013-2019. La metodología que se usó fue de tipo cualitativa debido a que empleó como técnica el análisis de contenido de las apps elegidas como muestra. Se recurrió a la observación de los discursos transmitidos, la retroalimentación, el nivel de aceptación y los comentarios que los usuarios dejaban. Los resultados indicaron que los votantes al tener nuevas funciones, como el de consumir y producir contenidos a la vez, pudieron experimentar nuevas formas de acercamiento con las gestiones gubernamentales, así también se pudo notar que los discursos predominantes repercuten en el grado de popularidad de quienes los emiten.

Este artículo resulta importante para la presente investigación debido a que considera variables similares al momento de analizar cuestiones de reputación digital, entre ellos los contenidos y el intercambio de opiniones entre emisores y receptores.

En el artículo científico, llamado “*El liderazgo político ecuatoriano en los medios digitales*” publicado en el año 2018 por las autoras Baquerizo y Luzuriaga, de la Universidad Casa Grande de Ecuador, se expuso un análisis acerca de los perfiles de líderes políticos ecuatorianos que participan constantemente en las agendas de los principales medios de comunicación digitales del país, debido a que se quería comprobar lo señalado por la agenda setting, que indica que todas esas actividades mediáticas influyen en la opinión pública. La metodología usada tuvo un enfoque cualitativo, desde el análisis del contenido de los sitios web: eluniverso.com y elcomercio.com entre el periodo de 2010 y 2015. Lo que hizo posible establecer un ranking de los 100 personajes políticos más influyentes y luego estudiar sus características sociodemográficas. Los resultados revelaron que, en el 2015, último año de estudio, la presencia de mujeres en medios digitales se sobrepuso a comparación de los hombres, también que se incluyó más a dirigentes de edades entre los 50 y 60 años (Baquerizo Neira & Luzuriaga, 2018).

Se considera importante incluir este estudio, debido a que ayuda a conocer datos importantes sobre cómo los políticos pueden actuar y qué tanto nivel de participación deben tener para estar dentro de la opinión pública.

Por su parte el artículo de Brieba (2020) *El estallido social en Chile desde el igualitarismo relacional de Elizabeth Anderson* analiza las tres demandas sustantivas centrales del estallido son aquellas por la dignidad, en contra del abuso y a favor de la igualdad donde indica que tanto la dimensión material como la relacional de la demanda por dignidad en Chile se pueden entender desde el ideal de igualdad democrática. Partiendo del material, para Anderson (1999) una persona en estado de pobreza o vulnerabilidad está expuesta a relaciones sociales opresivas pues, por ejemplo, quien no tiene más opciones de

subsistencia podría terminar aceptando un trabajo peligroso, denigrante o sometido a relaciones abusivas por falta de alternativas. (Briebe,2020, p.4)

Esta investigación efectivamente se basa en las quejas de fondo que se manifestaron en el estallido social son las demandas por la dignidad, la igualdad y el fin de los abusos, el ideal de igualdad democrática de Anderson propone un programa sistemático, radical e internamente coherente de cambios sociales para avanzar en esa dirección. A pesar de la virulencia del estallido social chileno y de los meses que han transcurrido desde su inicio, lo más notorio del panorama político chileno actual es su ausencia de grandes ideas transformadoras.

En la tesis titulada *“Liderazgo político municipal y su relación con la seguridad ciudadana en el distrito de Ate – Lima. 2015”* elaborada en el año 2017 por Ruiz Walter desde la Universidad César Vallejo de Perú, se buscó establecer cuál es la relación existente entre el liderazgo político municipal y la seguridad ciudadana que se vive en el distrito de Ate –Lima. 2015. Para ello se empleó una metodología hipotética y cuantitativa, con un diseño no experimental de nivel correlacional. La herramienta usada fue el cuestionario que incluyó aspectos sobre liderazgo político municipal y seguridad ciudadana, por medio de alternativas de la escala de Likert representando de manera gráfica y textual los resultados. Como conclusiones se obtuvo que sí existe relación directa entre el liderazgo político municipal y el grado de eficacia en las medidas que las autoridades tomen respecto a la seguridad ciudadana (Ruiz Rojas, 2017).

Se piensa que aquella investigación resulta importante para la actual, debido a que le otorga suma relevancia a las capacidades y características de un buen liderazgo, ya que se asocia directamente con temas claves para el bienestar de la ciudadanía como es la seguridad, al elaborar medidas eficaces y hacer una buena gestión.

Por último, Claudia Heiss (2020) *Chile: Entre el estallido social y la pandemia* analiza la llegada de la COVID-19 a Chile con un primer caso detectado el 3 de marzo de 2020 pareció una extensión de la crisis social y política vivida a partir del estallido del 18 de octubre de 2019. Con ambos fenómenos las personas vieron alteradas sus rutinas, interrumpidos sus trabajos y amenazada la provisión de alimentos y servicios básicos. Pero si el estallido lanzó a millones a las calles con el lema “Chile despertó”, la demanda por “dignidad” y el rechazo a los abusos del sistema político-económico, el COVID-19 les regresó de golpe a sus hogares para prevenir el contagio Claudia Heiss (2020).

El contexto del estallido de octubre dejó a la administración de Sebastián Piñera en una situación de fragilidad política tanto por el bajo apoyo ciudadano, que alcanzó el récord histórico del 6% de aprobación (CEP, 2019) y por otro lado la pandemia ha tenido como elemento central de discusión política la gran desigualdad y la precarización de las clases medias y medias bajas que existe en Chile. La crisis de la COVID-19 podría contribuir a reforzar la demanda por un cambio constitucional al exponer la debilidad de los sistemas de protección social en materias como salud, pensiones, derechos laborales y cuidado del adulto mayor, por mencionar aspectos que han estado en el centro del debate a partir de la pandemia Heiss (2020).

Objetivos de investigación

Objetivo General

Determinar la reputación on line del presidente de Chile en un contexto de crisis, en el periodo 01 de enero de 2019 y 30 de marzo de 2021 en la plataforma de microblogging Twitter.

Objetivos Específicos

1. Identificar la relación entre la gestión, imagen y la reputación personal del líder político Sebastián Piñera a partir del análisis de tweets con mención directa publicados entre el 01 de enero de 2019 y 30 de marzo de 2021.
2. Definir cuál es la relación que tiene el hashtag #PiñeraCTM a partir de tweets de opinión ciudadana publicados en Twitter con la construcción de la reputación digital del líder político de Chile Sebastián Piñera.
3. Analizar la percepción que tienen la opinión pública sobre Sebastián Piñera a partir de los adjetivos usados en los tweets de mención directa hacia el líder político durante el periodo de 01 de enero de 2019 y 30 de marzo de 2021.

Diseño metodológico

Planteamiento de la investigación

Este trabajo contiene una propuesta metodológica que presenta el estudio y análisis de la reputación del mandatario de Chile, Sebastián Piñera, durante el periodo de 01 de enero de 2019 y 30 de marzo de 2021. Por medio del análisis de mensajes textuales publicados en la red social Twitter, se pretende identificar la relación entre la gestión, liderazgo y reputación del líder político de Chile. La investigación es de tipo no experimental, el alcance es descriptivo y tiene un enfoque mixto. A partir de una

inmersión inductiva en los datos se elaboró una categorización y posteriormente se hizo un análisis textual de los tweets.

Primero es necesario definir qué es la investigación cualitativa, para esto la autora Cueto (2020) que es aquella que “se orienta a la producción de datos descriptivos, como son las palabras y los discursos de las personas, quienes los expresan de forma hablada y escrita, además, de la conducta observable” (pág. 1). Este enfoque metodológico requiere el uso de textos, términos, gráficos, dibujos, etc. Que aportan a la comprensión de cómo se desenvuelve el sujeto en su entorno social (Sánchez Flores, 2019). Dicho enfoque ha sido seleccionado para la presente investigación debido a que se basa en evidencias halladas para así describir el fenómeno de forma más profunda, y luego explicarlo con la ayuda de técnicas y herramientas relacionadas.

Por otro lado, la investigación cuantitativa consiste en la recopilación de datos, que son numéricos, es decir, incluyen cifras, cantidades, porcentajes. En toda investigación lo que se pretende es recolectar información para alcanzar objetivos y resolver problemáticas, que pueden ser en escalas numéricas o con palabras o imágenes como es el caso de la investigación cualitativa, sin embargo, como lo indica Cárdenas (2018) “la enseñanza de las metodologías por separado obedece más a procesos operativos que facilitan la comprensión y la organización. En la práctica, los métodos cuantitativo y cualitativo se combinan con mucha frecuencia” (pág. 4). Por lo que se optó por aplicar una metodología mixta, debido a que se obtuvieron porcentajes para dar respuesta a las preguntas de investigación pero también se elaboraron análisis a partir de los textos encontrados en los tweets, que permitieron ahondar en detalles referentes a la problemática tratada en el presente estudio.

Mientras que la investigación no experimental de acuerdo a (Mata Solís, 2019) “se basa en categorías, conceptos, variables, sucesos, comunidades o contextos que se dan sin la intervención directa del investigador, es decir; sin que el investigador altere el objeto de investigación”. Esto significa que no es necesaria la experimentación para lograr buenos resultados, sino que intentan examinar actitudes, comportamientos o acciones sin intervenir directamente en las variables, es decir, no se las altera ni se las modifica ya que lo que procede después analizar los contenidos hallados, durante el periodo elegido para el estudio.

Finalmente Esteban (2018) sostiene que la investigación descriptiva tiene como principal objetivo “recopilar datos e informaciones sobre las características, propiedades, aspectos o dimensiones de las personas, agentes e instituciones de los procesos sociales” (pág. 2). Se ha optado por un estudio de tipo descriptivo, debido a su utilidad para precisar la dimensión de un fenómeno a investigar, en este caso, tomando en cuenta términos empleados por usuarios y contenidos publicados en Twitter para determinar la reputación digital del presidente de Chile Sebastián Piñera. La información y los datos que son parte de la investigación se deben encontrar muy bien definidos, para que sea más fácil de organizar y sistematizar.

Métodos

Unidad de análisis, de recogida y muestra

Para determinar la unidad, recogida y muestra de análisis en esta tesis, se siguió la propuesta del Proyecto Semillero de Baquerizo y Luzuriaga (2021). Estas autoras proponen el siguiente procedimiento para la selección de la muestra de estudio: primero, realizó una recolección de datos inicial, que se la extrae a través del API de Twitter, de los hashtags #PiñeraCTM. A partir de esta recolección se seleccionaron 10 tweets del político

y se observaron los adjetivos calificativos empleados en los textos de los tweets, con términos como: Piñera CTM, criminal, corrupto, dictador, asesino. Esto permitió definir la estrategia de selección de los datos para el análisis.

Posteriormente, se utilizó el sitio web <https://getdaytrends.com> para realizar la búsqueda del hashtag con el que se realizó el estudio. Twitter incluye una lista de trending topics en su aplicación como parte de la experiencia del usuario. 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.

Para este caso, se identificaron los trending topics del periodo 2019 - 2021 relacionados con Sebastián Piñera en Chile. Se elaboró una matriz determinando la fecha en que cada hashtag tuvo el rango más alto, la última vez que se haya utilizado y sobre todo, que cumpla con el periodo de estudio.

Es así como para Sebastián Piñera se identificaron 5 hashtags trending topic en el periodo de estudio y para esta investigación se seleccionó el hashtag #PiñeraCTM, y como muestra se tomó la totalidad de los tweets extraídos, es decir, 7,133.

Tabla 1.- Hashtags y Tweets para muestra. **Fuente.** - elaboración propia.

País	Hashtag	Número de Tweets
Chile	#PiñeraCTM	7133,00

Posteriormente, para definir las categorías de análisis que se utilizarán en la investigación, se hizo un pilotaje manual de 100 tweets mediante un instrumento de google forms (*Anexo 1*) elaborado por Baquerizo y Luzuriaga (2021).

De la misma forma se realizó el etiquetado manual del 7133 tweets seleccionados con el hashtag #Piñeractm, una vez completada la base de datos se procedió a identificar las preguntas abiertas y cerradas para comenzar el análisis correspondiente. Se realizaron tablas dinámicas para las preguntas cerradas y una selección de 20 tweets aleatorios para cada objetivo, siendo un total de 60 tweets a analizar para las preguntas abiertas.

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 del contexto 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.

Resultados

En este apartado se presentarán los resultados arrojados por la plataforma de microblogging de Twitter. A lo largo de la investigación se plantearon un objetivo general y tres objetivos específicos, que consisten sobre todo, en determinar cómo está la reputación online del presidente de Chile, Sebastián Piñera; identificar cuál es la relación entre la gestión, liderazgo, la reputación del líder político y cómo se encuentran asociadas al hashtag #Piñeractm, a partir del análisis de tweets de opinión ciudadanos publicados en la red social mencionada. Se extrajeron un total de 7,133 tweets publicados entre el 01 de enero del 2019 y 30 de marzo del 2021 que muestran datos, útiles para el estudio de tipo cuantitativo y también para los posteriores análisis cualitativos.

Resultados cuantitativos

Reputación online del presidente Sebastián Piñera

Entre los 7133 tweets hallados, el hashtag más usado era #piñeractm con un 98,61% y una combinación de hashtag principal #piñeractm #piñerasesino fue el segundo más usado, con un 0,80%. Así mismo, se identificaron tuits y hashtags como #piñeractm en los que no se hace mención directa y otros menos usados, como #TriangulacionesDePiñera, #AprobacióndePiñera, con 0,07% y el 0,04%, respectivamente, tal como se revela en la tabla 2:

Tabla 2.- Hashtags presentes en los tweets codificados. *Fuente.* - elaboración propia.

¿Cuál de los siguientes # está presente en el tweet que está codificando?	%
#PiñeraCtm	98,61%
#PiñeraAsesino, #PiñeraCtm	0,80%
#PiñeraAsesino	0,43%
#TriangulacionesDePiñera, #PiñeraCtm	0,07%

#AprobacióndePiñera, #PiñeraCtm	0,04%
#EnjoyPiñeraGate, #PiñeraCtm	0,03%
#TriangulacionesDePiñera, #PiñeraAsesino, #PiñeraCtm	0,01%
Total general	100,00%

Es importante destacar que el 78,79% de los tuits codificados, no hacen menciones directas al líder político, Sebastián Piñera, como se refleja en la tabla 3.

Tabla 3.- Tweets con menciones directas o indirectas a Piñera. *Fuente.* - elaboración propia.

¿El tweet que está revisando habla o hace mención directa a Piñera?	%
No	78,79%
Sí	21,21%
Total general	100,00%

Otras de las menciones bastante frecuentes en la codificación de tweets, estuvieron las protestas con un 11,33%, seguido del COVID 19 con el 9,10% y elecciones con un 1,33%.

Los tweets codificados, contenidos en la categoría “Ninguna de las anteriores” hacían referencia a reputación, escándalos y concreto a “Piñera el mayor terrorista”, así como a la solicitud de retiro del presidente, a “El daño que el gobierno de Piñera le causa” en el que se le acusa de la crisis y de perjudicar a la sociedad civil. Recibe calificativos de “asesino” y acusaciones de relacionarse con los Martínez de Casinos Enjoy¹, vinculados a casos de corrupción y escándalos políticos. Así mismo, en este apartado recibió críticas por su gestión

¹ Casinos Enjoy: Una línea directa entre los intereses económicos del Presidente Sebastián Piñera y Enjoy S.A. se manifiesta a través de BTG Pactual (Banco de Inversiones más grande de Chile), entidad que administra 2 millones de dólares de su fideicomiso ciego.

en cuanto a temas de seguridad, recalcando el incremento de la delincuencia, usando calificativos negativos, de acuerdo a lo codificado.

A continuación la tabla 4 en la que se visualizan estas cifras:

Tabla 4.- Tematicas de tweets codificados *Fuente.* - elaboración propia.

¿Con qué temática se relaciona el tweet que está codificando?	%
Ninguna de las anteriores	77,47%
Protestas	11,33%
COVID 19	9,10%
Elecciones 2020	1,33%
Cacerolazo	0,17%
Cumpleaños Piñera	0,17%
Paro Camioneros	0,14%
Elecciones 2020	0,11%
Elecciones 2021	0,07%
Futbol	0,04%
Delivery	0,03%
Terrorismo de Estado	0,01%
Piñeractm	0,01%
Elecciones 2017	0,01%
Total general	100,00%

Así mismo, se hace énfasis en que no todos los tweets codificados hacen mención directa al presidente Piñera, al contrario, el 78,99% realizó los tweets y empleó hashtags de forma indirecta. En la tabla 5 se muestran estos resultados, ubicando solo a las temáticas más sobresalientes, es decir, protestas con el 11,55%, COVID 19 con un 9,28%, cacerolazo con el 0,17% y el uso del hashtag #Piñeractm con el 0,01%.

Tabla 5.- Menciones de tweets codificados. *Fuente.* - elaboración propia.

El tweet que está codificando hace mención a:	%
Sin Mención Directa	78,99%
Protestas	11,55%

COVID 19	9,28%
Cacerolazo	0,17%
Usando #Piñeractm	0,01%
Total general	100,00%

La mayoría de tuits codificados, con el 78,84% indicaron que no se realizaron menciones directas al presidente Sebastián Piñera, mientras que la reputación y la gestión ocuparon los segundos y terceros puestos, respectivamente, siendo acusaciones directas a Piñera, y la imagen y liderazgo que proyecta, quedaron en los dos últimos lugares con 0,25% y 0,11%.

Relación existente entre gestión, imagen, liderazgo y reputación del actual presidente de Chile, Sebastián Piñera.

Como se muestra en la tabla 6, el 78,84% de los tweets codificados, no hicieron menciones directas al presidente Piñera pero los datos restantes, revelaron que en dichos contenidos se abordó temas relacionados a la reputación con un 10,78%, a la gestión con otro 10,01%, la imagen con el 0,25% y finalmente el liderazgo con el 0,11%.

En cuanto al porcentaje mayoritario del 78,84% que no hicieron menciones directas, sí se tocaron temas vinculados a: la crisis por el Covid 19, al cierre del aeropuerto para prevenir nuevos contagios, a las elecciones 2021, a votar conscientemente, a la crisis como sociedad civil, y además encontraron la oportunidad para escribir insultos hacia el primer mandatario.

Tabla 6.- Menciones de los tweets codificados. **Fuente.** - elaboración propia.

¿El tweet hace mención a la imagen, reputación, gestión del líder?	%
Sin Mención Directa	78,84%
Reputación	10,78%
Gestión	10,01%
Imagen	0,25%

Liderazgo	0,11%
Total general	100,00%

Percepción de la opinión pública respecto al presidente Sebastián Piñera

Desde la visualización de tuits y hashtags empleados con determinada frecuencia, será posible discutir y analizar la postura y percepción de la opinión pública sobre la figura del presidente chileno.

La tabla 7, contiene los temas más frecuentes sobre los cuáles se habla del líder político, Sebastián Piñera. De esta información, se destaca que los que mencionan la renuncia de Piñera se diferencia de las demás temáticas con un 14,29% mientras que los 13 temas restantes, abarcan cuestiones desde las afirmaciones de que es el peor presidente de la historia, hasta el abuso de poder que les permite a los policías durante las protestas, todas con un 7,14% de repeticiones.

Tabla 7.- ¿De qué habla en concreto el tuit que se está codificando? **Fuente.** elaboración propia.

¿De qué habla, en concreto, el tweet que está codificando?	%
Renuncia Piñera	14,29%
Piñera pasaras como el peor presidente de la historia	7,14%
Gobierno Piñera caos hambre crisis económica en familias chilenas	7,14%
Se acabó el circo de Piñera	7,14%
La relación histórica de Piñera con los Martínez de Casinos Enjoy.	7,14%
Piñera llevar el 10% al Tribunal Constitucional y Violador de DDHH	7,14%
No está tomando medidas frente al Covid y los contagios aumentan	7,14%
Inconstitucional Segundo Retiro	7,14%
Piñera payaso renuncia	7,14%
Piñera igual que Pinochet	7,14%
Triangulaciones de Piñera	7,14%

Piñera ladrón y mentiroso	7,14%
Piñera les da abusos de poder a los policías en protestas	7,14%
Total general	100,00%

Entre los tuits codificados con calificativos, destacan el del siguiente post, en el que usó el término “payaso”, con fecha 3/4/2020 para referirse al presidente Sebastián Piñera. El texto decía lo siguiente:

“Hoy se confirma nuevamente que tenemos un payaso y provocador Presidente.

Hoy más que nunca que vuelva el hashtag #PiñeraCTM”.

En la tabla número 8 aparecen los calificativos más recurrentes al momento de referirse al líder político Piñera. La acusación de “asesino” ocupó el primer puesto con un 40%, seguido del 20% para la palabra “delincuente”, y para los términos restantes de “ladrón”, “miserable”, “payaso” y “estafador” se les asignó el 10% de repetición a cada uno.

Tabla 8.- Calificativos en los tweets en los que se mencionan a Piñera. **Fuente.** elaboración propia.

Escriba los adjetivos que encontró en el tweet, únicamente los que hacen referencia directa al líder:	%
Asesino	40,00%
Delincuente	20,00%
Ladrón	10,00%
Miserable	10,00%
Payaso	10,00%
Estafador	10,00%
Total general	100,00%

Resultados cualitativos

Para obtener resultados cualitativos, se hizo una selección de tweets mediante una muestra aleatoria (por pregunta). Cabe recalcar que en la mayoría de los tweets codificados (como se indicó en el apartado anterior) no hicieron menciones directas hacia el presidente chileno, Sebastián Piñera, sin embargo, de acuerdo al contexto del tweet, como el texto y las imágenes, audios o videos que acompañaron los hashtags localizados, hicieron mención indirecta y resultaron útiles para profundizar en las percepciones que los usuarios de Twitter tiene sobre la figura del presidente.

Los datos cualitativos sirvieron para elaborar análisis posteriores a partir de un repaso textual de los tweets con mención directa o no, publicados entre el periodo del 01 de enero de 2019 y 30 de marzo de 2021.

Hashtag más empleado: #piñeractm y su influencia en la construcción de la reputación digital del presidente de Chile.

El hashtag más usado en los tuits codificados fue #piñeractm, seguido de #piñeraasesino. La selección de tweets, que se mostrarán a continuación, demuestran las razones que los usuarios tuvieron para emplear estos hashtags y otros que se usaron con menos frecuencia pero que continúan siendo importantes para el cumplimiento de objetivos de esta investigación y la discusión de resultados en la que se analizó esta información cualitativa.

Los usuarios de la red expresan su inconformidad con el presidente Sebastián Piñera, consideran que durante su periodo presidencial, Chile está viviendo una crisis social, económica y cultural. Los usuarios que insertan sus comentarios en la conversación #PiñeraCTM le atribuyen al presidente un papel significativo en la situación actual del país. Se identificaron tweets que hacen referencia a una falta de atributos de liderazgo.

Tweet codificado: #piñeractm y #piñeraasesino.

Los hashtag más usados dentro de la codificación de los tweets fueron #piñeractm y #piñeraasesino, siendo estos usados para cualquier mención directa e indirecta para el mandatario, lo cual creó dentro de la red social Twitter una reputación digital negativa a nivel global siendo trending topic dentro de la plataforma.

Fecha	Tweet Codificado	Análisis
19/11/20	“Chile sigue pasando por un momento álgido en su historia republicana, tiene a un inepto, irresponsable, incapaz, despótico y #ASESINO de presidente”. https://t.co/CIgwZjthBw	Tweet en el que se califica al presidente Sebastián Piñera de manera negativa, y culpando al mandatario por la crisis que el país atravesaban esos momentos.
	#PiñeraCTM es una real y completa #BASURA, no tiene el mínimo respeto por la vida ajena! #fuerzaChile #PiñeraAsesino #PacosBastardos”	Tweet en el que se hace referencia a las protestas y la represión por parte de la policía, siguiendo órdenes de Sebastián Piñera. Se identifica en el tweet que el manejo de la fuerza como estrategia para controlar las protestas es percibida por los usuarios de la plataforma como un acto de abuso y represión. Dicha percepción se manifiesta con la asociación directa entre el mandatario y la basura.

Tweet codificado: Cacerolazo y #piñeractm.

Otra codificación mencionada fue cacerolazo, debido a las protestas pacíficas de varios ciudadanos en un horario fijado por tweets, con el fin de alzar su voz por las medidas impuestas por el primer mandatario.

Fecha	Tweet Codificado	Análisis
22/11/20	“A las 21:00 todos con las ollas #RenunciaPiñeraCTM #segundoretiro10porciento #segundoretiro #piñeractm” https://t.co/r5f1RkZWjJ	Tweet en el que se hace mención al cacerolazo, una forma de manifestación de descontento, produciendo fuertes ruidos con las ollas y otros utensilios de uso doméstico.

Tweet codificado: Protestas y #piñeractm.

La codificación de protestas dentro de un marco de estallidos sociales era muy usada en los tweets donde los usuarios expresaban su descontento y denuncia de abusos de parte del gobierno de Piñera y Carabineros.

Fecha	Tweet Codificado	Análisis
8/3/21	<p>“Qué lindo como @Carabdechile nos da la bienvenida en #PLAZADIGNIDAD... A cuidarse Compañeras el maldito #EstadoOpreador ya comenzó un nuevo día de Violaciones a los DDHH #DiaInternacionalDeLaMujer #piñeraCTM”. https://t.co/RLmOwj45P</p>	<p>Tweet en el que se menciona a Plaza Dignidad, lugar conocido en Chile por ser sitio recurrido para manifestaciones.</p>

Tweet codificado: Sin mención directa y #piñeractm.

Los usuarios en Twitter no dejaban pasar por alto fechas o sucesos importantes en el país para poder usar el hashtag #Piñeractm, siendo así una forma de mostrar el descontento con el gobierno del primer mandatario sin realizar una mención directa.

Fecha	Tweet Codificado	Análisis
23/4/20	<p>“En el #DiaDelLibro, es bueno recordar unas palabras del gran “George Orwell”, que siempre están vigentes y quizás hoy, más que nunca. #MiLibroFavorito #VerdadesOcultas "The Clinic" “Izkie #FueraPiñera #PiñeraCTM #Volveremos. https://t.co/qzo3jcdQm1</p>	<p>En este tweet, sin mención directa, se habla sobre el día del libro pero igual se incluye el hashtag estudiado #PiñeraCTM, haciendo referencia a la lectura como forma de liberación y pidiendo, por medio de otro hashtag, la salida del presidente.</p>

17/3/20	“A mi vieja le pagan la garantía estatal (130 lucas) el 18, el gobierno hasta ahora está callao con el "bono cuarentena", deberían duplicar el monto para ayudar a que nuestros abuelos se queden en casa #QuedateEnLaCasa #PiñeraCTM”.	En este tweet se habla acerca de la seguridad social, cuestionando la mala gestión de Piñera respecto a las jubilaciones y que debido a eso, los adultos mayores se encuentran expuestos durante la pandemia y la cuarentena.
7/11/2019	@24HorasTVN Dale más respaldo a los pacos para que sigan cometiendo más abusos de poder! Jódete ambicioso de mierda! #piñeraCTM.	Nuevamente se critica el abuso de poder que se le da a los policías por parte del gobierno chileno, durante las manifestaciones constantes.
23/3/21	Tercer retiro 10%: Gobierno anunció que irá al TC tras apoyo de la DC a la iniciativa. https://t.co/fnqmMbG2Md “#ElPeorGobiernoDeLaHistoria #PiñeraCTM”.	Este tweet contiene la noticia de un retiro de fondos destinados a mejorar las condiciones de vida de los chilenos afectados por la crisis por el Covid 19, sin embargo, la medida aclamada por los ciudadanos también fue oportunidad para criticar la gestión del gobierno, asegurando que saben que lo tenían que hacer antes de que las manifestaciones incrementen.

Relación entre gestión, imagen y reputación personal del líder político Sebastián

Piñera.

Los datos cualitativos que se presentan a continuación, mediante la selección de tweets en donde aparecen palabras y contenidos vinculados a la gestión, imagen, reputación personal del líder político, Sebastián Piñera, contribuyeron al posterior análisis, en discusión de resultados, debido a que reflejan la intención y el contexto que motivaron a los usuarios de Twitter a expresarse de la manera que se apreciará en los siguientes tweets:

Tweet codificado: Reputación.

La reputación del primer mandatario por medio de tweets era muy cuestionada por la mayoría de ciudadanos chilenos, donde usan este medio para poder comunicar su descontento con su gobierno donde muchos piden su renuncia.

Fecha	Tweet Codificado	Análisis
26/3/21	“En cualquier otro país Piñera sería ejecutado en plaza pública”.	Tweet en el que se pone en tela de juicio la reputación del político Piñera, asegurando que merece ser ejecutado, como ya se lo hubiese realizado en otro país, en un sitio público.

Tweet codificado: Gestión

La gestión de Piñera tanto en el gobierno como durante la emergencia sanitaria de Covid19 fue muy cuestionada, dentro y fuera de Chile. Indicando que es una de las peores crisis que está atravesando el país.

Fecha	Tweet Codificado	Análisis
25/10/20	“LA PATRIA SE TERMINÓ DE DERRUMBAR GRACIAS #PiñeraCTM”.	Se acusó al presidente de Chile, Sebastián Piñera, de la crisis que afronta el país en los últimos años.
28/3/21	“Este desastre sanitario tiene un principal responsable, y es Piñera y su Gobierno. #Covid19Chile #Covid #Elecciones2021CL #ElPeorGobiernoDeLaHistoria #FueraPiñera #PiñeraDictador #PiñeraViolaDDHH #PiñeraRenuncia #PiñeraCorrupto #piñeractm”.	Los temas vinculados a la crisis por la pandemia son recurrentes y critican la gestión del presidente, responsabilizándolo del caos sanitario al que llegaron.

Tweet codificado: Liderazgo.

El proceder de Piñera durante la emergencia sanitaria fue una de las peores en latinoamérica, donde quedó en duda el liderazgo dentro de su gobierno para poder controlar los contagios y fallecimientos por covid19.

Fecha	Tweet Codificado	Análisis
20/3/2020.	“Cada día que pasa es un porcentaje de contagio + que espera Piñera ¿? Que se eleven los casos y empiecen a morir compatriotas? El mismo colegio de médicos le pide al Piñera #CuarentenaTotal Región Metropolitana #CoronavirusChile #Covid_19 #QuedateEnCasa Reacciona #PiñeraCTM”.	Nuevamente se cuestionó el proceder del presidente Piñera, asegurando que no realizaba nada por disminuir los casos de muertes y los nuevos contagios.

Tweet codificado: Imagen.

Usuarios en Twitter demuestran su descontento con el primer mandatario, varios tweets son relacionados con el sentimiento de “odio” hacia Piñera usando directamente el hashtag #Piñeractm.

Fecha	Tweet Codificado	Análisis
23/3/2021	#PIÑERACTM logras que sienta odio.	El usuario señaló en este tweet el sentimiento de odio por el primer mandatario.

Percepción de la opinión pública acerca de la gestión e imagen del presidente de Chile

Entre los tweets que más resaltan y que abordan temáticas con calificativos y adjetivos, están los que a continuación se muestran:

Tweet codificado: Delincuente, Asesino, sin mención directa.

Los adjetivos calificativos negativos, sin mención directa solo usando el hashtag #Piñeractm era usado en la mayoría de tweets codificados. Siendo así una manera de mencionarlo negativamente por medio de esos adjetivos, demostrando el descontento y cual es la percepción que tiene la ciudadanía hacia el primer mandatario.

Fecha	Tweet Codificado	Análisis
14/7/2020	Piñera acaba de pasar a la historia como el CTM más grande de Chile. De hoy en más sólo se viene caos, hambre y penas para las familias chilenas. Tuvo la oportunidad de cambiar el rumbo, pero persistió en destruir a la #ClaseMedia #PiñeraGenocida #ChileTieneHambre #PiñeraCTM.	En este tweet se le acusó al presidente de la pobreza y el caos que atraviesan los chilenos, señalándolo como el peor presidente de la historia del país.

Fecha	Tweet Codificado	Análisis
29/1/2020.	“#VamosColoColo Todo el estadio cantando PIÑERA CTM ASESINO IGUAL QUE PINOCHER Y DESPUÉS TODO EL ESTADIO SALTANDO Y CANATANDO; EL QUE NO SALTA ES PACOOOOO #RenunciaPiñera #NuevaConstitucionParaChile #renunciamañalich #renunciacubillos #piñeractm”.	Se realizaron acusaciones fuertes hacia el presidente, en el que además se incitó a los demás a que estén de acuerdo con esta postura, saltando en un espacio público como es el estadio.

Fecha	Tweet Codificado	Análisis
10/1/19	“El #PichóndePinochet. Ahí quedaste delincuente reculiao #Piñera #piñeractm”.	Se asoció al presidente Piñera, con Pinochet, asegurando además que es un delincuente.

En los siguientes tuits, se incluyen adjetivos que hacen referencia directa al líder.

Menciones directas.

Adjetivos Calificativos negativos y directamente mencionando a Sebastian Piñera en los tweets era muy común donde lo catalogan de el ladrón más grande de Chile, debido a escándalos de corrupción en otros periodos de gobierno y en el actual.

Fecha	Tweet Codificado	Análisis
24/3/21	El tragamonedas número uno de Chile #sebastianpiñera el ladrón más grande de la historia Chilena #corrupto #asesino #ladrón #piñeractm.	Otra vez, se afirmó que Sebastián Piñero es el peor de la historia de los gobiernos chilenos, utilizando adjetivos fuertes como “ladrón”, “asesino” y “corrupto”.
8/12/20	“A qué hora el Delincuente se auto denuncia por reventar el #BancodeTalca? #Piñera #Pandemia #Covid19 #PiñeraInepto #PiñeraDictador #PiñeraAsesino #Piñeraqlo #Piñerarqlo #piñeractm #Piñerarctm #ddhh”.	En este tweet se hace referencia a las acusaciones que se le dirigieron al presidente Sebastián Piñera y su participación en la liquidación y quiebre del Banco de Talca, afirmaciones que le han afectado a su reputación.

Se pudo apreciar que los adjetivos y calificativos dedicados al presidente de Chile, Sebastián Piñera, escritos en los tweets codificados, incluyen insultos, como: “genocida”, “asesino”, “tragamonedas”, “ladrón”, “corrupto”, “dictador” y “Piñeraqlo”.

Discusión de los Resultados

Los resultados cuantitativos revelaron que los hashtags #piñeractm y el de #piñerasesino, fueron los más empleados en los tuits que se codificaron entre las fechas del 01 de enero del 2019 al 30 de marzo del 2021, con un 98,61% y el 0,80% respectivamente.

Se puede percibir que en el identificado como el más usado, se engloban términos de connotación negativa, como: criminal, corrupto, dictador, asesino, entre otros. La recolección de esta información, se encuentra asociada a dos de los objetivos planteados en la presente investigación, en los que se pretende determinar la reputación online del presidente de Chile, Sebastián Piñera, en un contexto de crisis, lo que va de la mano con la percepción que se puede apreciar desde la opinión popular, por medio de tuits con mención directa o indirecta, pero en los que estén presentes los hashtags de interés en este estudio.

La reputación online de acuerdo a los autores Regalado, Celi, Chorres y Menacho (2017) consiste en el prestigio o fama que una persona adquiere en un entorno digital, sostienen además que son pocas las diferencias con la reputación tradicional, ya que ambas son útiles para construir una buena imagen, solo que en caso de la digital, permite que quienes no están al tanto de una persona, busquen su nombre en internet y encuentre información relacionada a la percepción que otros usuarios tienen de la persona.

Este primer hallazgo, asociado al uso de los dos hashtags mencionados, indica que la percepción que los usuarios de Twitter tienen acerca del líder político es en su mayoría negativa, debido a que términos como “genocida”, “asesino”, “tragamonedas”, “ladrón”, “corrupto”, “dictador” y “Piñeraqlo” están entre los más empleados para referirse a él. Este resultado fue posible gracias a la información cualitativa que se explicó en el inicio de este apartado y a los términos encontrados, como los más repetitivos en los tuits, por medio de la técnica cualitativa de observación.

Haciendo hincapié en los datos cualitativos, los tuits puestos como ejemplos en los resultados, abarcan contextos asociados al hambre, la miseria y la crisis que viven las familias chilenas, así como a las protestas y a los cacerolazos anunciados y promovidos por varios ciudadanos. Respecto a los derechos humanos, también recibió quejas y acusaciones de

dictador, asesino y opresor, afirmando que les restaba dignidad. Todo esto, lo cual está más detallado en la sección de resultados, demuestra que la reputación digital que el presidente tiene, en Twitter específicamente, es negativa, con una percepción de la opinión popular muy fuerte respecto a sus quejas.

En cuanto a los tuits en los que no se hace mención directa al presidente, se podría interpretar como una cuestión de temor o de prevención de problemas al realizar afirmaciones de tales naturalezas en una red social, como Twitter.

Por otro lado, en cuanto a la relación existente entre gestión, imagen, reputación y liderazgo que los usuarios tienen del presidente, Sebastián Piñera, las cifras demostraron que los temas más tocados, fueron reputación y gestión, en ese mismo orden.

Todos estos términos se encuentran relacionados unos a otros, debido a que en este caso, son elementos ligados a las funciones del presidente. Teniendo claro aquello, en términos de reputación, se visualizaron comentarios desfavorables para el político, recibiendo calificativos como “payaso”, “asesino” y “dictador”, por citar a las más relevantes. Se dijo que se encuentran estrechamente relacionadas, debido a que esos adjetivos estuvieron acompañados de palabras en las que se reprochaba la gestión del presidente, en medio de una crisis económica reforzada por la pandemia por la Covid 19, lo que suscitaron además protestas y revueltas. Se puede analizar como una situación problemática, sobre la cual, el presidente de Chile, no ha sabido tomar decisiones acertadas, pero no solo eso, sino que se le acusa de “asesino” y “dictador”, es decir, afirmaciones delicadas pero que la opinión popular estuvo dispuesta a relucir.

La gestión gubernamental ha sido conceptualizada por el autor Salimbeni (2019), quien dijo que se trata del conjunto de diligencias que le corresponden al trabajo estatal con la intención de cumplir las promesas realizadas a los ciudadanos, que pueden ser de índole

económica, política y social, o todas ellas para mejorar la productividad y asegurar el desarrollo de un país. Entre las diligencias pueden contar las obras públicas, calidad en los servicios básicos, salud y educación, respetando los derechos humanos promulgados a nivel mundial. De acuerdo a las opiniones vertidas en la red social Twitter, el presidente de Chile, Sebastián Piñera, no ha realizado una adecuada gestión gubernamental y ha incumplido lo que prometió a los ciudadanos de su nación.

Producto de una ineficiente gestión gubernamental, tienen lugar las protestas o manifestaciones sociales, cuyo concepto, de acuerdo a lo expuesto por Inclán (2017) consiste en las prácticas caóticas protagonizadas por ciudadanos comunes que, ya sea de forma organizada o no, salen a contrariar a las autoridades. Se originan casi siempre, por la implementación de nuevas políticas, restricciones y otras acciones que sean tomadas por la movilización colectiva como perjuicios. Las protestas en Chile, han sido noticias en los últimos años, por lo que en medios digitales, los ciudadanos han tenido la oportunidad de exponer sus criterios, los mismos que han servido para el análisis realizado en este estudio.

La imagen y el liderazgo fueron las variables que siguieron en el orden de temas tocados en los tuits codificados.

En cuanto a imagen, se pudo apreciar tuits en los que se afirmaba que el mandatario lograba que se sienta odio por él, así mismo, repercuten negativamente a su imagen, las acusaciones de “estafador” y “payaso”, características que no deben estar presentes en una persona que dirige a todo un país.

Su liderazgo, fue cuestionado rudamente, pues se hallaron tuits en los que se reprochabas sus malas decisiones ante la pandemia y la crisis por la Covid 19, diciendo que él era el responsable del desastre sanitario al que habían llegado, acompañado de hashtags pidiendo su renuncia, y tachando a su gobierno como el peor de la historia. Se cuestionaba su

lento proceder ante los nuevos contagios que día a día había, esto sin duda, afecta directamente al liderazgo que debería caracterizar al presidente de una nación y al descontento de sus habitantes.

Conclusión y Recomendaciones

El uso que las personas le dan a la red social Twitter, para difundir sus opiniones, es más elevado en comparación a la participación que tenían en medios de comunicación tradicionales. No existen tantas limitaciones, ni temor en hacer afirmaciones u opinar, incluso en temas delicados que comprometan la imagen de una persona.

Los comentarios, hashtags y mensajes publicados en compartidos en plataformas digitales, como lo es Twitter, sí influyen en la construcción de una reputación online.

Las categorías elegidas: gestión gubernamental, reputación digital, liderazgo político, crisis y protestas, fueron las adecuadas para estudiar con profundidad la problemática y comprender la relación que guardan en torno a la reputación que una figura política pública puede adquirir en una red social como Twitter.

La reputación online del presidente de Chile, Sebastián Piñera, podría ser considerada negativa, debido a los adjetivos y calificativos que los usuarios dicen de él, son acusaciones que no contribuyen a que fomente una buena imagen.

La cantidad de tweets codificados (7133) y analizados fue la acertada para responder a la pregunta de investigación ¿Cómo se encuentra la reputación online del presidente de Chile, Sebastián Piñera?

Los problemas sociales como protestas o la crisis derivada por la Covid 19, son acontecimientos que ocasionan un reaccionar de los ciudadanos que cuentan con herramientas digitales y cuentas en redes sociales, como Twitter para opinar acerca de la

gestión y el liderazgo, en este caso, de un presidente, que entre sus labores está el asegurar el bienestar de un país.

Se comprobó la relación existente entre las categorías de gestión, imagen, reputación y liderazgo, debido a que fueron temas abordados por los usuarios de Twitter, junto a hashtags que califican a una figura política. Todas tienen que ver una con la otra, pues son parte de un conjunto de factores que se toman en cuenta para la construcción de una reputación online.

Se recomienda continuar aplicando metodologías mixtas para la realización de investigaciones de carácter social, como la presente, debido a que permiten profundizar los datos numéricos obtenidos y tomar en cuenta otros factores o categorías.

Se recomienda usar herramientas como el microblogging Twitter para la obtención de datos de manera rápida y eficaz que permita el análisis total de las variables o categorías elegidas.

Estudiar otros aspectos de la Comunicación Política y el uso de plataformas digitales, como redes sociales para comprender la forma en que las figuras políticas difunden sus mensajes y cómo los ciudadanos los receptan, junto a la percepción que tienen de ellos.

Bibliografía

- Bolívar Meza, R. (2017). Liderazgo político: el caso de Andrés Manuel López Obrador en Movimiento de Regeneración Nacional (MORENA). *Estudios políticos*, 99-118. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/ep/n42/0185-1616-ep-42-99.pdf>
- Atarama Rojas, T., & Cortez Alburquerque, C. (2015). La gestión de la reputación digital en las universidades: Twitter como herramienta de la comunicación reputacional en las universidades peruanas. *Revista de comunicación*, 26-47. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5223790>
- Mascareño, A. (2018). De la crisis a las transiciones críticas en sistemas complejos: Hacia una actualización de la teoría de sistemas sociales. *Theorein. Revista de Ciencias Sociales*. Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/57692916/2018-Mascareno_transiciones_criticas-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1627534939&Signature=PwJ1D0UaD8Xm0PunWm5tuVXO-A9pc0t-mXwtfYzIIHHdQzSzNgOM0kV06RQOGJIhH7fT3a4BSpyc1URAYza15jlcj1TwVD-0gsKlSicC5zN-kUEBkoNDOQO
- Moreno Manzo, J., & Navarro Chávez, J. (2020). Factores determinantes de la reputación gubernamental: una ponderación a través del algoritmo de Saaty. *CIENCIA ergo-sum*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7178281>
- Álvarez Ponce de León, M. (2017). Manejo de crisis política. Estudio de caso Chalchiuapan 2014. *Tesis de maestría*. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Obtenido de <https://repositorioinstitucional.buap.mx/handle/20.500.12371/133>
- Marín Dueñas, P., Simancas González, E., & Berzosa Moreno, A. (2019). Uso e influencia de Twitter en la comunicación política: el caso del Partido Popular y Podemos en las

elecciones generales de 2016. *Cuadernos. info*. Obtenido de
<https://scielo.conicyt.cl/pdf/cinfo/n45/0719-367X-cinfo-45-129.pdf>

Angulo Moncayo, N., Estrella Osorio, A., & López Paredes, M. (2018). La política en TwitterUn estudio comparativo de las estrategias discursivas de los candidatos finalistas a la Presidencia de Ecuador en 2017. *Revista de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*. Obtenido de
http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/176882/Angulo_Estrella_Lopez.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Acosta, L. (2020). Capacidad de respuesta frente a la pandemia de COVID-19 en América Latina y el Caribe. *Revista Panamericana de Salud Pública*. Obtenido de
<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7491860/>

Diario El Universo. (20 de octubre de 2019). ¿Es solo el alza de pasaje en el metro lo que ha llevado a Chile al caos? *Diario El Universo*. Obtenido de
<https://www.eluniverso.com/noticias/2019/10/20/nota/7568369/que-pasa-chile-toque-queda-caos/>

Gobierno de Chile. (2017). *Sebastián Piñera Echenique*. Obtenido de Gobierno de Chile:
<https://www.gob.cl/instituciones/presidencia/>

Agencia EFE. (21 de octubre de 2019). *Senado chileno aprueba proyecto de ley para anular el alza a tarifa del metro*. Obtenido de El Comercio:
<https://www.elcomercio.com/actualidad/mundo/senado-chile-proyecto-ley-tarifa.html>

Campos Domínguez, E. (2017). Twitter y la comunicación política. *Profesional de la Información*, 785-794. Obtenido de
<https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/epi.2017.sep.01>

Figueroa Benítez, J. (2019). Comunicación política en Twitter: el caso Donald Trump.

Investigar las redes sociales. Un acercamiento interdisciplinar. Obtenido de

<https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/91397/capitulonueve.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Vargas Juárez, N. (2017). Las políticas públicas y el fortalecimiento de la gestión

gubernamental del Ministerio de Trabajo y promoción del empleo. *Tesis de maestría.*

Universidad Inca Garcilaso de la Vega. Obtenido de

http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/1125/T_MAESTRIA%20EN%20GOBIERNO%20Y%20GESTION%20PUBLICA%20_07795472_VARGAS_JUAREZ_NERY%20ROBINZON.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Canel Bermúdez, M., & Núñez Jover, J. (2020). Gestión gubernamental y ciencia cubana en el enfrentamiento a la COVID-19. *Anales de la Academia de Ciencias de Cuba.*

Obtenido de

http://www.revistaccuba.sld.cu/index.php/revacc/article/view/881/886?fbclid=IwAR0_koBZDoB8ryaHwqM8-nAr2Rv

Salimbeni, S. (2019). Gestión de procesos de negocios en el sector público. *PODIUM*, 69-86.

Obtenido de <https://revistas.uees.edu.ec/index.php/Podium/article/view/313/214>

Madrigal Moreno, S., Madrigal Moreno, F., & Juárez López, B. (2020). Internet y redes

sociales en la construcción de la reputación digital de la organización del sector

turístico. *Revista ESPACIOS.* Obtenido de

<http://www.revistaespacios.com/a20v41n14/20411423.html>

Santamaría Ramos, F. (2015). Identidad y reputación digital Visión española de un fenómeno global. *Ambiente Jurídico.* Obtenido de

<https://revistasum.umanizales.edu.co/ojs/index.php/Ambientejuridico/article/view/1570/1629>

- Regalado, O., Celi, K., Chorres, M., & Menacho, L. (2017). *Gestión de la reputación digital : propuesta para una municipalidad distrital*. Esan Ediciones. Obtenido de https://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12640/1222/SGD_68.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Collado Campaña, F., Jiménez Díaz, J., & Entrena Durán, F. (2016). El liderazgo político en las democracias representativas: propuesta de análisis desde el constructivismo estructuralista. *Revista mexicana de ciencias políticas y sociales*, 57-90. Obtenido de scielo.org.mx/pdf/rmcps/v61n228/0185-1918-rmcps-61-228-00057.pdf
- Bolívar Meza, R. (2017). Liderazgo político: el caso de Andrés Manuel López Obrador en Movimiento de Regeneración Nacional (MORENA). *Estudios políticos*, 99-118. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0185-16162017000300099&script=sci_abstract&tlng=pt
- González Benítez, I. (2000). Las crisis familiares. *Revista cubana de medicina general integral*. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/mgi/v16n3/mgi10300.pdf>
- Crespo, M. (2020). Revalorizando el concepto de crisis de Raúl Prebisch. *Centro de Investigación en Ciencias Sociales y Estudios*, 145-164. Obtenido de https://web.archive.org/web/20201111125358id_/https://ahl.igh.ru/uploads/article/file/158/%D0%BA%D1%80%D0%B5%D1%81%D0%BF%D0%BE.pdf
- Lizárraga, F., & Petruccelli, A. (2017). Contra-cultura de la protesta: más allá de un concepto. *Neuquén 60 20 10: un libro de teoría política*, 15-38. Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/59177983/01._Petruccelli_Neuquen_60_20_10_20190508-709-ejphxr-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1627766712&Signature=VrZjMDM52A2G9uxmORWIhhTt9sWOeU~wNcQEHLVx3hdsd3zd~SoGe15Q3uCRgRkSm6VdDuP6TicujnU4tfxUo-cJk9WRQu~Q8iwkFLc

- Inclán Oseguera, M. (2017). A la sombra de Sidney Tarrow: Conceptos básicos para el estudio de los movimientos de protesta. *Política y gobierno*, 189-212. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/pyg/v24n1/1665-2037-pyg-24-01-00189.pdf>
- Cansino, C. (2017). Viejas y nuevas tesis sobre el Homo Twitter. *Revista mexicana de ciencias políticas y sociales*, 389-405. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/rmcps/v62n231/0185-1918-rmcps-62-231-00389.pdf>
- Jivkova Semova, D., Requeijo Rey, P., & Padilla Castillo, G. (2017). Usos y tendencias de Twitter en la campaña a elecciones generales españolas del 20D de 2015: hashtags que fueron trending topic. *Profesional de la Información*, 824-837. Obtenido de <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/epi.2017.sep.05>
- Magallón Rosa, R. (2018). Nuevos formatos de verificación. El caso de Maldito Bulo en Twitter. *Sphera publica*, 41-65. Obtenido de <http://193.147.26.137/index.php/sphera-01/article/view/341/14141417>
- Ortega Villodres, C. (2020). Liderazgo político y elecciones municipales: ¿nacionalización, regionalización o localismo? *REIS: Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 123-142. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7240950>
- Navarro Sierra, N., & Quevedo Redondo, R. (2020). El liderazgo político de la Unión Europea a través del ecosistema de aplicaciones móviles. *Prisma Social: revista de investigación social*, 1-21. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7524835>
- Baquerizo Neira, G., & Luzuriaga, E. (2018). El liderazgo político ecuatoriano en los medios digitales. *Austral Comunicación*, 173-200. Obtenido de <https://ojs.austral.edu.ar/index.php/australcomunicacion/article/view/217>

- Ruiz Rojas, W. (2017). Liderazgo político municipal y su relación con la seguridad ciudadana en el distrito de Ate – Lima. 2015. *Tesis de Licenciatura*. Universidad César Vallejo. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/7114/Ruiz_RW.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Fernández Gómez, J., Hernández Santaolalla, V., & Sanz Marcos, P. (2018). Nuevos formatos de verificación. El caso de Maldito Bulo en Twitter. *Sphera publica*, 41-65. Obtenido de <http://193.147.26.137/index.php/sphera-01/article/view/341/14141417>
- Mata Solís, L. (30 de julio de 2019). *Diseños de investigaciones con enfoque cuantitativo de tipo no experimental*. Obtenido de Investigalia: <https://investigaliacr.com/investigacion/disenos-de-investigaciones-con-enfoque-cuantitativo-de-tipo-no-experimental/>
- Esteban Nieto, N. (2018). Tipos de Investigación. *Tesis de tercer nivel*. Universidad Santo Domingo de Guzmán. Obtenido de <http://resultados.usdg.edu.pe/bitstream/USDG/34/1/Tipos-de-Investigacion.pdf>
- Cueto Urbina, E. (2020). *Investigación cualitativa*. Applied Sciences in Dentistry.
- Sánchez Flores, F. (2019). Fundamentos epistémicos de la investigación cualitativa y cuantitativa: Consensos y disensos. *Revista digital de investigación en docencia universitaria*, 102-122. Obtenido de <http://www.scielo.org.pe/pdf/ridu/v13n1/a08v13n1.pdf>
- Navas Leoro, A. (2019). *Modelo de variables de desempeño e impacto en Twitter. Un análisis comunicacional*. Obtenido de <https://dadun.unav.edu/handle/10171/58477>
- Pérez Soler, S. (2017). Periodismo y redes sociales: claves para la gestión de contenidos digitales. *Periodismo y redes sociales*, 1-143. Obtenido de <https://www.torrossa.com/en/resources/an/4234055>

Cárdenas, J. (2018). *Investigación cuantitativa*. Obtenido de [https://refubium.fu-berlin.de/bitstream/handle/fub188/22407/Manual_Cardenas_Investigaci%
c3%b3n.pdf?sequence=5&isAllowed=y](https://refubium.fu-berlin.de/bitstream/handle/fub188/22407/Manual_Cardenas_Investigaci%c3%b3n.pdf?sequence=5&isAllowed=y)