

**UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
NÚCLEO UNIVERSITARIO DEL TÁCHIRA
DR. PEDRO RINCÓN GUTIERREZ
SAN CRISTOBAL- ESTADO TÁCHIRA**



**Imagen que construye Hugo Chávez sobre su pensamiento político,
mesianismo, bolivarianismo y gestión pública en los tweets de
@chavezcandanga**

Trabajo de grado para optar al título de especialista Periodismo en Medios Digitales

Bdigital.ula.ve

Autora: Licda. Omaira Margarita Labrador
Moncada

C.I. V-9.223705

Tutora: Dra. Carmen Aidé Valecillos Vázquez

San Cristóbal, febrero 2015

C.C.Reconocimiento

AGRADECIMIENTOS

Agradezco primero que nada a Dios y a la Virgen de La Consolación por permitirme iniciar y sobre todo culminar los estudios de cuarto nivel.

A la Universidad de Los Andes núcleo Dr. “Pedro Rincón Gutiérrez” por permitirme volver, como estudiante, nuevamente a las aulas y obtener nuevos conocimientos, ya que hasta el momento los periodistas ejercio en los medios de comunicación regional no teníamos opciones para continuar con la formación académica en el área.

A todos los profesores que nos dieron clases en la Especialización en Periodismo en Medios Digitales y nos adentraron en un mundo que a veces pareciera “Ancho y ajeno” como el título de la novela del peruano Ciro Alegría.

A mi tutora, doctora Carmen Aidé Valecillos Vázquez, quien pese a sus múltiples ocupaciones aceptó guiarme y asesorarme en el presente trabajo que hoy veo culminado.

A mi colega y sobre todo amiga Elsa Carrillo quien con sus palabras y consejos me conminó en todo momento no sólo a estudiar sino a finalizar la meta trazada.

A los compañeros de estudio, a quienes las aulas de clase, días estudios y elaboración de asignaciones, nos unió en amistad.

A todos mis amigos que siempre se mostraron interesados en el curso de la especialización y la feliz culminación.

A todos mis agradecimientos.

Omaira Labrador Moncada

INDICE GENERAL

	pp.
ACTA	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
INDICE GENERAL.....	iv
INDICE DE TABLAS Y FIGURAS.....	vi
RESUMEN.....	viii
 INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO I	
I EL PROBLEMA	
Planteamiento del problema.....	5
Objetivos de la investigación.....	12
Justificación.....	13
 II CAPÍTULO II.	
MARCO REFERENCIAL	
Antecedentes de la investigación.....	15
Aspectos teóricos.....	20
El proceso de la comunicación que se da a través de Twitter y su contenido en cada uno de los 140 caracteres.....	20
Políticos seducidos por las redes.....	25
Del “Epa, qué tal? [...]” al “Sigo aferrado a Cristo y confiado en mis médicos [...]”.....	28
Caracterización discursiva de Chávez.....	34
Un militar que no descuidó sus cualidades políticas.....	47
 III CAPÍTULO III	
APUNTES SOBRE EL MARCO METODOLÓGICO.....	50
Enfoque Teórico: El Interpretativismo.....	51
Modalidad de Estudio: de Campo Descriptiva.....	52
Diseño de la Investigación.....	52
Técnicas para la Recolección de Datos.....	57
Población.....	57
Muestra.....	57
El Escenario.....	58
Criterios de la investigación del sujeto de estudio.....	58
Etapas del Proceso.....	59

IV CAPÍTULO IV	
ANÁLISIS DE RESULTADOS	61
Primera Nivel de análisis.....	62
Segundo Nivel de análisis.....	63
Tercer Nivel de análisis.....	64
Análisis de los Niveles.....	64
Consideraciones finales de los resultados.....	101
V CAPÍTULO V	
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	103
REFERENCIAS	109
ANEXOS	115
Anexo I Entrevista al politólogo Ysmael Serrano, coordinador de la Sala Situacio- nal @chavezcandanga en el periodo 2010-2012.....	116
Anexo II Figura 1. Porcentajes de los Tweets emitidos durante el trimestre..... analizado del 2010.....	122

Bdigital.ula.ve

INDICE DE TABLAS

Y FIGURAS

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 3.1 Atributos registrados en los Tweets emitidos por Hugo Chávez	55
Tabla 4.1 Total de Tweets publicados por trimestre.	65
Tabla 4.2. Relación por total de Tweets y la muestra analizada.....	66
Tabla 4.3. Categorías de los tres trimestres.....	67
Tabla 4.4. Pensamiento Político 2010	70
Tabla 4.5. Gestión Pública 2010	75
Tabla 4.6. Pensamiento Mesiánico 2010.....	78
Tabla 4.7. Pensamiento Bolivariano 2010.....	80
Tabla 4.8. Pensamiento Político 2011.....	82
Tabla 4.9. Gestión Pública 2011.....	83
Tabla 4.10. Gestión Bolivariana 2011.....	84
Tabla 4.11. Gestión Política 2012.....	86
Tabla 4.12. Gestión Pública 2012.....	87
Tabla 4.13. Pensamiento Mesiánico 2012.....	88
Tabla 4.14. Pensamiento Bolivariano 2012.....	89
Tabla 4.15. Atributos dados al pensamiento Político en los tres trimestres.	91
Tabla 4.16. Atributos para la Gestión Pública durante los tres trimestres.....	93
Tabla 4.17. Atributos al Pensamiento Mesiánico.....	96
Tabla 4.18. Atributos al Pensamiento Bolivariano en los tres trimestres.....	98

FIGURAS

Figura N° 1.1 Jerga de Twitter	7
Figura N° 2.2 Perfil de @chavezcandanga.....	32

Figura N° 4.1 Total de Tweets encontrados en la muestra analizada...	61
Figura N° 4.2 Atributos usados en la gestión pública en los tres trimestres.....	92
Figura N° 4.4 Atributos usados en el Pensamiento Bolivariano en los tres trimestres.....	95

Bdigital.ula.ve

UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
NÚCLEO UNIVERSITARIO DEL TÁCHIRA
DR. PEDRO RINCÓN GUTIERREZ
SAN CRISTOBAL- ESTADO TÁCHIRA

Imagen que construye Hugo Chávez sobre su pensamiento político, mesianismo, bolivarianismo y gestión pública en los tweets de @chavezcandanga

Autora: Licda. Omaira Margarita Labrador Moncada
Tutora: Dra. Carmen Aidé Valecillos Vázquez

Resumen

El presente estudio tuvo como objetivo precisar la imagen que el expresidente Hugo Chávez construyó de su pensamiento político, gestión de gobierno, mesianismo y bolivarianismo a través de los 140 caracteres del microblogging Twitter. Para el estudio se eligieron tres trimestres del lapso durante el cual estuvo activa la cuenta @chavezcandanga en los años que van de 2010 a 2013. La fundamentación teórica se planteó desde la Teoría de la Comunicación, específicamente a partir de los autores que hablan de los nuevos modelos de comunicación con el auge de Internet. El estudio se ubicó dentro de la investigación cualitativa y utilizó el análisis de contenido para estudiar los tres trimestres seleccionados, lo que permitió determinar categorías y subcategorías o atributos que empleó Chávez en los mensajes para construir su pensamiento político, gestión de gobierno, mesianismo y bolivarianismo. Los resultados revelaron que el mandatario venezolano, ya fallecido, utilizó las bondades que ofrece Twitter para reforzar sus ideas políticas y su acción de gobierno. Pero también demuestra la investigación que la esfera pública digital reproduce los sesgos de la esfera pública convencional que, construida aún con los medios de comunicación y de representación política tradicionales, ocupa una posición central respecto a la gestión del poder.

Palabras clave: Twitter, Hugo Chávez, representaciones simbólicas, pensamiento político, gestión de gobierno, mesianismo y bolivarianismo

INTRODUCCIÓN

Las redes sociales como Twitter, Facebook o Instagram permiten que las personas, aun separadas por la distancia, se unan, se organicen, se conecten e interactúen sobre asuntos comunes o de interés particular. El uso de las redes por parte de la población, ha dado paso a nuevas formas de comunicación. A medida que crecen los canales se disponen de otros espacios no solo para transmitir información, como en el pasado, sino para el intercambio o la retroalimentación.

Por tal razón, además de que somos a un tiempo productores y consumidores de información, tal y como lo afirma Bacalao (2013): “las redes también le brindan a los usuarios una gama de experiencias complementarias: horizontalidad, empoderamiento, inmediatez, catarsis y libertad” (p. 227). Es decir, en palabras de la autora citada las redes sociales son entonces redes integrales de significados que reconfiguran en imaginario político en tanto que han incidido en la mentalidad y en las representaciones simbólicas con las que los miembros de esas “comunidades” virtuales se representan a sí mismos y a otros, que como en el caso de un mandatario como el presidente Hugo Chávez esas relaciones en el ejercicio del poder cumplen las expectativas de los ciudadanos frente a la satisfacción o insatisfacción de esas necesidades.

Los políticos en funciones de gobierno también se han empoderado de las redes sociales no solo para emitir las informaciones y opiniones de su interés a sus seguidores, sino como una forma de tener un contacto más cercano con las personas y así reforzar las ideas expuestas por otros medios de comunicación, teniendo en cuenta que las redes sociales dan una sensación de acercamiento casi de familiaridad entre sus usuarios.

En el caso del microblogging Twitter creado en el 2006, se ha constituido en una de las redes preferidas de los gobernantes en el plano mundial. La sencillez de poder escribir 140 palabras y que al instante un mensaje pueda llegar hasta millones

de seguidores hace posible la conectividad entre los gobernantes y los gobernados y como consecuencia los políticos han decidido llamarla la “pajarera azul”.

Del tales herramientas, el fallecido expresidente venezolano Hugo Chávez incursionó en el 2010 en el ciberespacio al abrir su cuenta Twitter @chavezcandanga desde el 28 de abril de 2010 hasta el 18 de febrero de 2013, cuando fue la última entrada a la cuenta del mandatario venezolano fallecido el 5 de marzo de 2013, fueron registrados un total de 1824 mensajes.

Para conocer el uso a través de los contenidos que le dio el ex Presidente de la República de Venezuela de 2010 al 2013 a la cuenta en la novedosa red social Twitter, se escogió un corpus de tres trimestres de los años 2010, 2011 y 2012, para así descifrar lo que el mandatario le dijo no sólo a sus seguidores sino también a sus detractores a través de sus trinos (mensajes) expuestos en el microblogging identificado con la figura de un pajarito azul.

El trabajo de investigación se dividió en cinco capítulos. El capítulo I condensa el planteamiento del problema, su definición, su justificación y los objetivos de la investigación.

En el capítulo II, se ponen al descubierto contenidos relacionados con el marco referencial y los antecedentes del problema en donde se destacan investigaciones relacionadas con la temática a estudiada en Venezuela y en otros países, y las teorías que hablan del proceso que se da a través de Twitter con el avance de las nuevas formas de comunicación surgidas con el advenimiento de las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC).

El capítulo III está dedicado a exponer todo lo relacionado con el marco de la investigación, siendo esta una investigación cualitativa, tomando como referencia el enfoque denominado por los expertos como el Interpretativismo y se pormenorizan los pasos metodológicos efectuados para hacer el estudio.

El capítulo IV, despliega el análisis de los resultados derivados de la muestra seleccionada. En el mismo, se analiza la imagen que construye Hugo Chávez sobre su pensamiento político, mesianismo, bolivarianismo y gestión pública en los tweets de @chavezcandanga.

Mientras que en el capítulo V, centra su atención en las conclusiones y recomendaciones o juicios de la investigadora a partir de las derivaciones planteadas al inicio de la presente investigación.

Bdigital.ula.ve

Internet es la revolución más grande después de la invención del alfabeto en el siglo XIV a.C. Hoy se acabaron los receptores mudos. La generación radio-televisión ha muerto. Hoy todos somos emisores. Eso lo ha cambiado todo. Vamos a una descentralización total y difusa de la emisión de informaciones. (Antonio Pasquali)

Bdigital.ula.ve

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del problema

Los avances de las tecnologías de la información y de la comunicación, incorporan nuevas formas de intermediación e interactividad que reconfiguran el espacio mediático y advierten la presencia de una nueva racionalidad con respecto a la manera de comunicarnos nosotros y con los otros, lo cual plantea novedosas interrogantes entre lo vivido y por vivir en una nueva era digital donde la velocidad, la novedad y la participación son los rasgos distintivos.

En tal sentido, una de estas nuevas formas de interacción con los otros la constituyen las redes sociales, al respecto Martín (2001) expresa que las nuevas tecnologías de la información y la comunicación están reconfigurando:

Los “modos de estar juntos” desde las transformaciones de nuestra percepción del espacio y del tiempo. Del ‘espacio’, profundizando el desanclaje que produce la modernidad por relación al lugar, desterritorialización de los mapas mentales y de las formas de percibir lo próximo y lo lejano. Paradójicamente esa nueva espacialidad no emerge del recorrido viajero que me saca de mi pequeño mundo sino de su revés, de la experiencia doméstica convertida por la televisión y el computador en ese territorio virtual al que, como de manera expresiva ha dicho Virilio “todo llega sin que haya que partir” (s/p).

Ningún país escapa a la sociedad en red de la que habla Castells y precisamente los medios de comunicación tradicionales (radio, prensa y televisión), forman parte

de esa red y se han ido adaptado para habitar en un mundo interconectado e interactivo. Por ello, se hace difícil concebir una sociedad en la actualidad en la que desde el Estado y sus principales medios de comunicación no estén enlazados con la sociedad y con el uso de los nuevos modelos de comunicación social que por la interconexión desde internet, como es la telefonía móvil, la televisión digital y las redes sociales en especial Facebook y Twitter.

Sobre el tema, Castells (2012a) señala:

En los últimos años el cambio fundamental en el mundo de las comunicaciones ha sido el nacimiento de lo que he llamado autocomunicación de masas: el uso de Internet y de las redes inalámbricas como plataformas de comunicación digital. Es comunicación de masas porque procesa mensajes muchos mensajes de muchos para muchos y potencialmente puede llegar a numerosos receptores y conectarse a incontables redes que transmiten información digitalizada en un barrio o por todo el mundo. Es autocomunicación porque el emisor decide el mensaje de forma autónoma, designa a los posibles receptores y selecciona los mensajes de las redes de comunicación que quiere recuperar. (p.24)

Se podría agregar que, mediante el uso de las redes sociales las personas se sienten más cerca unas de otras, cosa que antes eran inalcanzables y que pueden dirigirse a ellas ya que el modelo de comunicación era de uno a muchos, pero ahora un mensaje puede llegar a muchos pero de inmediato tiene respuesta de esos muchos. Los emisores, quienes transmiten los contenidos llegan con sus opinión, posiciones, objeciones a grandes audiencias en pocos minutos, no deben esperar horas o días para hacer sus planteamientos. En la figura 1.1 se observa la jerga característica de este nuevo medio que cautiva a millones de personas.



Fuente: Orihuela (2011). Mundo Twitter

Figura N° 1.1

La jerga de los tuiteros incluye más de 11 términos específicos.

Castells (2008), al analizar el concepto de red social sostiene:

La difusión de Internet, la comunicación móvil, los medios digitales y una variedad de herramientas de software social han impulsado el desarrollo de redes horizontales de comunicación interactiva que conectan local y globalmente en un tiempo determinado. El sistema de comunicación de la sociedad industrial se centraba en los medios de comunicación de masas, caracterizados por la distribución masiva de un mensaje unidireccional de uno a muchos. La base de la comunicación de la sociedad red es la web global de redes de comunicación horizontal que incluyen el intercambio multimodal de mensajes interactivos de muchos a muchos, tanto sincrónicos como asincrónicos. (s/p.)

De tales evidencias se podría agregar que 14 % de la población mundial, está conectada a las redes sociales como Facebook o Twitter, de acuerdo a los datos aportados por la firma Comscore (2010) -especialista en la medición de las estadísticas de Internet- lo que significa que 945 millones de personas tienen acceso a las redes sociales. De igual modo, si un aproximado de mil millones de personas, se conectan para compartir mensajes en las redes sociales, esto da cuenta del auge y la importancia que las mismas han adquirido través de la red de redes como Internet.

Con respecto al uso del microbloggin Twitter desde su creación en el año 2006, los usuarios han venido aumentando vertiginosamente y, entre las razones que se podrían esgrimir se encuentran, por ejemplo, las mencionadas por Orihuela (2011a):

Es una plataforma abierta de comunicación pública, al igual que los blogs funciona sin filtrado previo y cualquier persona con acceso a la red puede compartir informaciones y opiniones. En este sentido, todos los medios sociales nivelan el terreno de la comunicación pues bajan el umbral de acceso. (p.28)

Desde esta perspectiva, se podría afirmar que Twitter esté siendo utilizada por todos los sectores de la sociedad para emitir mensajes en 140 caracteres que pueden llegar a gran cantidad de usuarios al instante. Los gobiernos y los líderes políticos, como lo han hecho en el pasado con todos los avances en materia de comunicación, se han apoderado de esta herramienta para emitir contenidos que lleguen a sus seguidores y también a sus adversarios.

Con tales características del espacio personal, han hecho que el microblogging Twitter también se haya convertido en el preferido por los altos personeros del espacio público como los presidentes en Latinoamérica, para tener contacto personal con los ciudadanos. De este amplio espectro, se podrían mencionar: Hugo Chávez (Venezuela); Juan Manuel Santos (Colombia); Rafael Correa (Ecuador); Cristina Fernández (Argentina); Dilma Rousseff (Brasil) son entre otros, los famosos twitteros, al igual que para ese entonces el mexicano Felipe Calderón y el mandatario estadounidense Barack Obama, dando paso a lo que se conoce como los gobierno 2.0 o Política 2.0.

De igual modo, Scolari(2007), considera que a ese vínculo establecido entre personas mediante el uso de la red Twitter se podría decir que se está ante la presencia de:

Una inédita experiencia de voyeurismo textual. No escribo tanto para que me lean, sino para que me vean. Es como si el autor sacara la llave de la puerta de su cuarto para que podamos mirar por el agujero. Los comentarios de Twitter se presentan como una versión verbal del flujo de imágenes producido por una webcam abierta 24 horas en nuestra habitación. La diferencia aparente estaría en que el autor decide qué contar (y qué ocultar) mientras que la webcam, en cambio, crearía una visión “en vivo y en directo”. Pura ilusión, ya que la webcam, como cualquier cámara televisiva, es tan subjetiva y manipulable como los paratextos escritos por los twitteros. (s/p.)

Con tales posibilidades de penetración, los gobiernos 2.0 ya han reglamentado el uso del Twitter oficial y establecido sus propios mecanismos de control como es el caso de La Guía de usos y estilo en las Redes Sociales del Gobierno Vasco (Irekia Gobierno Abierto, 2011), la cual establece: “unas pautas comunes para la presencia homogénea del Gobierno en las redes sociales. Se trata de una herramienta dinámica y todo el mundo puede aportar su experiencia escribiendo a irekia@ej-gv.es, publicando un mensaje en el muro de Facebook de Irekia”. (s/p.)

Desde este ámbito de control, otros actores como los partidos políticos también asumen las redes sociales como parte del nuevo escenario para hacer política. En tal sentido, se tienen como ejemplo lo puesto en práctica por los cuatro partidos políticos en el Parlamento de Canadá, (2011), en la cual admite que dichos partidos: ...“tienen cuentas en Facebook, Twitter, MySpace y Flickr. Cada parte tiene su propio canal en YouTube en el que los clips de noticias, anuncios y otras grabaciones de vídeo relacionadas con el partido y sus funcionarios se comparten con el público”. (s/p.)

Por otro lado, dichos parlamentarios tienen redes sociales más conocidas: Facebook, Twitter, Hi5, MySpace entre otras que organizan por objetivos, públicos y temáticas. Por tal razón, para efectos del presente estudio, la temática se centrará en la red Twitter y en el uso que le da el expresidente de la República Bolivariana de Venezuela.

A partir de lo anteriormente expuesto, con respecto al uso de las tecnologías de la información, Venezuela no escapa al aumento de usuarios interconectados a Internet, según dan cuenta las últimas estadísticas aportadas por Conatel (2014). En tal sentido, el ente gubernamental afirma que para el año 2013, existían 2.608.445 suscriptores a Internet en todo el territorio venezolano, para un estimado de 10.272.944 usuarios, lo que significaría que el 35,6 por ciento de la población tiene acceso a Internet, mientras que en el caso de Twitter viene creciendo a pasos agigantados, desde el año pasado y en Venezuela creció más del 1000%, lo cual significa un crecimiento exorbitante.

Con tales datos, cabe destacar el uso que el expresidente de la República de Venezuela Hugo Chávez Frías hiciera el 28 de abril de 2010, cuando debutó con su primer Tweets con el nombre de @chavezcandanga con el siguiente mensaje: *“Aparecí como lo dije: a la medianoche. Pa Brasil me voy. Y muy contento a trabajar por Venezuela. Venceremos”*.

El portal web Marketindirecto.com indica que para el 2013 “la presidenta de Argentina, Cristina Fernández de Kirchner, lidera el ranking con 2.600.000 seguidores en Twitter. Le siguen el presidente de México, Enrique Peña Nieto, la presidenta de Brasil, Dilma Rousseff y el presidente de Colombia, Juan Manuel Santos. Y a pesar de que ha pasado más de un año desde su muerte, la cuenta de Twitter de Hugo Chávez es el perfil con mayor número de seguidores superando los cuatro millones de followers”. Para noviembre de 2014 a 20 meses de la muerte del titular de @chavezcandanga aparece con 4,17 millones de seguidores.

Con respecto al uso del Twitter por parte de un alto mandatario nacional como es el caso del expresidente Chávez, Orihuela (2011b) sostiene:

No creo que un político en campaña disponga del tiempo necesario para escuchar y participar de conversaciones en las redes sociales, por lo que me parece bien que sean sus equipos de comunicación quienes lleven esas cuentas, aunque sin pretender simular la identidad del titular. (s/p.)

Sin embargo, contrario a lo expuesto por el experto, en el caso del mandatario venezolano la información oficial de todas sus actuaciones públicas fueron puestas en Twitter a través de la cuenta @PresidencialVen identificada como Miraflores, Venezuela. Dirección general de Comunicaciones para la Comunicación y la Información República Bolivariana de Venezuela. Contando con 55.034 seguidores, mientras la misma siguió para la época 88 personas. Pero esta cuenta al contrario de @chavezcandanga no era manejada directamente por el mandatario venezolano.

Resulta de gran importancia más allá de la periodicidad de los mensajes emitidos por el Primer Mandatario Nacional, conocer cuál es su pensamiento e ideario utilizado para conectarse con sus seguidores, pues desde su cuenta trata temas

tan variados que van desde estados anímicos, felicitaciones a deportistas, militares o ataques a sus adversarios. Se trata entonces de caracterizar el contenido de los mensajes expuestos por el Presidente Hugo Chávez a través de la cuenta @chavezcandanga.

Este es un tema que podría generar incertidumbre para sus seguidores y en general para el país y de manera concreta para los sectores gubernamentales, vista la forma del ejercicio presidencial en el uso de los medios de comunicación para anunciar medidas, nombramientos y remociones y donde un mensaje en la red puede tener consecuencias en las políticas públicas del país.

A partir de los planteamientos anteriormente expuestos surgen una serie de interrogantes vinculadas con el contenido de los mensajes de Hugo Chávez: ¿De qué manera enfocó el expresidente Chávez sus ideas y pensamiento político tratados en su cuenta @chavezcandanga? ¿Qué orientación le dio el expresidente a sus mensajes en la cuenta? ¿Qué roles ocuparon el pensamiento bolivariano y mesiánico en este tipo de mensajes? ¿Qué relación se establece entre el contexto histórico y el tipo de atributos utilizados en el período estudiado?

Objetivos de la investigación

Objetivo general:

Determinar la imagen que construye Hugo Chávez desde los tweets @chavezcandanga sobre su pensamiento político, sus ideas bolivarianas, su gestión pública y su mesianismo.

Objetivos específicos

- Caracterizar el pensamiento político revelado en los mensajes del expresidente
- Indagar sobre el pensamiento mesiánico en los tweets de Hugo Chávez
- Determinar las ideas bolivarianas que subyacen en los mensajes

- Identificar los atributos que le otorga a su acción de gobierno
- Confrontar el contexto histórico con el tipo de atributos usados para las variables estudiadas

Justificación

Con el avance y auge de las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) surgen nuevos modelos de comunicación personales y masivos en la sociedad, entre ellos los canales de comunicación e información que se dan a través de las redes sociales como lo es el microblogging Twitter.

El estudio del Twitter @chavezcandanga le otorga una relevancia social al estudio, dado el impacto que desde el 2006 lo ha convertido en un novedoso sistema para transmitir información con particulares características expresadas por estudiosos como Orihuela (2011a): “asimétrico, breve, descentralizado, global, hipertextual, intuitivo, multiplataforma, sincrónico, social, viral” (pp. 32-33). De allí la pertinencia que tiene, estudiar la “Construcción simbólica que hace Hugo Chávez de su figura presidencial en relación con el pensamiento político orientado por las ideas bolivarianas desde los tweets, teniendo en cuenta que el mandatario venezolano ha fallecido, se empoderó de las funciones de Twitter para emitir diversas informaciones, críticas, autocríticas y hasta para gobernar por medio de los 140 caracteres permitidos escribir en esta red social.

La revisión teórica del tema permitió analizar a través de cuatro categorías escogidas los mensajes que el mandatario venezolano, fallecido en ejercicio, transmitió a través de un nuevo sistema de comunicación que además permite la interactividad con los usuarios o seguidores y precisamente con el contraste de teorías se puede develar la “Imagen que construye Hugo Chávez sobre su pensamiento político, mesianismo, bolivarianismo y gestión pública en los tweets de @chavezcandanga”.

Se evidencia la justificación metodológica, mediante la indagación, búsqueda y recolección de datos de manera científica, lo cual permitió obtener nuevos conocimientos para beneficio de los estudiosos de la comunicación, las nuevas tecnologías y el discurso político y como base para sucesivos estudios relacionados con la materia, razón de ser la Especialización en Periodismo en Medios Digitales la Universidad de Los Andes, Núcleo Táchira Dr. “Pedro Rincón Gutiérrez”.

Una vez analizado el tema en estudio, la investigadora enfocó y contrastó los conocimientos como resultado del aprendizajes académico dado que tiene sus bases en las líneas de investigación de la Especialización en Medios Digitales, pues el estudio se encuentra inmerso en lo que es la comunicación y las nuevas tecnologías dos pilares de los medios digitales y el componente político que en este caso se añade con la cuenta de un mandatario presidencial como lo fue Hugo Chávez Frías.

Bdigital.ula.ve

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

Antecedentes de la investigación

En el siguiente apartado se presentan una serie de fuentes documentales o referentes teóricos consultados, que en su conjunto conforman, los antecedentes relacionados con el problema de la investigación, así como las teorías que profundizan en los aspectos vinculados con la variable objeto de estudio y que dan fundamento científico a la presente investigación. En este sentido, se presentan a continuación un conjunto de antecedentes desde los ámbitos internacional, nacional y local.

García de Torres y otros (2011), analizaron en trabajo titulado: *Uso de Twitter y Facebook, por los medios iberoamericanos las webs sociales* veintisiete medios informativos de Argentina, Colombia, México, Perú, Portugal, España y Venezuela, con el objetivo de averiguar cómo los medios informativos iberoamericanos usan los medios sociales. El método se basa en una combinación de observación y análisis de mensajes publicados en Twitter y Facebook, así como entrevistas semi-estructuradas a los responsables de los medios sociales de los seleccionados para el estudio. La metodología utilizada se basó en un estudio exploratorio de análisis comparativo sobre el análisis del uso de los medios locales, las plataformas Twitter y Facebook por su potencial conversacional, el impacto atribuido en la producción de información y la presencia en los mercados estudiados. La muestra está compuesta por 27 medios informativos regionales de siete países (Argentina, Colombia, España, México, Perú, Portugal y Venezuela), seleccionándose, cuando el perfil del mercado así lo permite, tres diarios por región: los dos diarios de mayor difusión y al menos un medio en soporte digital, con una orientación preferentemente local. Los investigadores

llegaron a la conclusión que: La función de servicio social derivada del uso de los nuevos medios es evidente, sobre todo en situaciones de crisis informativa en las que la información actualizada y fiable cobra valor. Los medios informativos regionales examinados tratan de aprovechar este potencial como fuente de información, en un contexto de incertidumbre y escasa rentabilidad, animados por la posibilidad de incrementar la visibilidad y el tráfico de los sitios web.

L Deltell, ML Congosto, F Claes, JM Osteso (2013): en investigación titulada; *Identificación y análisis de los líderes de opinión en Twitter en torno a Hugo Chávez*, desarrollaron un trabajo interdisciplinar. Basaron sus objetivos en: descubrir a los líderes de opinión en torno a la figura de Hugo Chávez creados en Twitter durante el período de la muestra. Entre sus objetivos destaca, analizar el comportamiento de los usuarios de este espacio de microblogging y; demostrar si en la actualidad se desarrolla una ciberdemocracia plena o la autocomunicación de masas. Por su parte, utilizaron la metodología de monitorización de todos los tuits que incluían los identificadores Chávez, Chavez, @chávez y @chavez en Twitter; y analizaron el flujo de tuits diariamente desde el 5 de enero hasta el 13 de abril de 2013 (UTC/GMT - 4) y se ha conformado el mayor corpus de estos mensajes en lengua española sobre un tema político latinoamericano presentados en estudios científicos, con un total de 16.943.709 tuits y de 8.450.049 usuarios. El estudio de campo centró su atención en registrar el flujo de tuits y la repercusión de estos en torno a la figura de Hugo Chávez desde el 5 de enero al 13 de abril de 2013. Durante 98 días se siguieron los identificadores Chávez, Chavez, #chavez y #chávez en Twitter. En conclusión, el estudio plantea que aún no existe una autocomunicación de masas plena. De igual modo, los investigadores concluyeron que la esfera pública digital reproduce los sesgos de la esfera pública convencional que, construida aún con los medios de comunicación y de representación política tradicionales, ocupa una posición central respecto a la gestión del poder. Por otro lado, los investigadores también realizaron una nueva formulación de los líderes opinión en Twitter. El criterio cuantitativo más acertado es el de propagación, es decir, aquel que emite los tuits que son más retuiteados, mencionados, contestados o copiados en el 80% de su información. Así

la esfera pública digital, en torno a Chávez, parece repetir el debate que se produce en la esfera pública no virtual. Casi la totalidad de los usuarios estudiados son: políticos, periodistas y actores.

Said Hung, y E. Arcila (2011), realizaron un trabajo titulado, *Participación y relaciones sociales desde los líderes de opinión online de Twitter en Colombia, Venezuela e Irán*, cuyo objetivo fue analizar el impacto de los nuevos flujos de comunicación provenientes de los escenarios digitales en la generación de nuevos líderes de opinión online en Colombia, Venezuela e Irán. El estudio fue de corte cuali-cuantitativo. La muestra se centró en los top20 de usuarios de Twitter más vistos en Colombia, Venezuela e Irán[24]. La selección de estos usuarios se hizo a partir del ranking de TwitterCounter[25], para el 23 de junio de 2010, en el que se tomaron en consideración los seguidores (followers), quiénes siguen (followings) y los mensajes (tweets) generados por estos. El estudio orientó su análisis en torno a los siguientes interrogantes: ¿Cuáles son los rasgos que caracterizan los usuarios Top20 de Twitter más vistos en Colombia, Venezuela e Irán? ¿Cómo se construyen las relaciones sociales desde estos usuarios? ¿Se están generando nuevos tipos de liderazgos sociales a través de Twitter? ¿Cuánto de la agenda noticiosa es reproducida desde los usuarios Top20 analizados en cada país? En cuanto a las conclusiones más importantes, se podrían mencionar: con respecto a los datos obtenidos en el caso de los usuarios Top20 más vistos en Twitter en Colombia, Venezuela e Irán, nos permiten reconocer un escenario, en general, en donde los rasgos offline, propios de las sociedades tradicionales, parecen estar siendo reproducidos en ambientes digitales, como, por ejemplo, las redes sociales virtuales. Asimismo, en el caso de Venezuela y en menor medida en Colombia, pese a la erosión de los parámetros de conceptualización espacio-temporal, como resultados de las oportunidades que brindan los escenarios digitales para el acceso y contacto con personas, información y conocimiento local y global al mismo tiempo, la construcción de las relaciones sociales entre los usuarios residentes en estos países y los líderes de opinión online reproducen los contextos offline, provenientes de los medios de comunicación de masa, en cuanto a que la mayoría de los usuarios Top20

más vistos en Twitter provienen de estos, lo cual para nosotros es interpretado como la búsqueda de un contacto más directo, no tanto con nuevos actores de reconocimiento social, sino los ya arraigados en la trama o desarrollo social que establecen los ciudadanos que acceden a estas redes sociales virtuales, desde el contacto proveniente de los medios de comunicación tradicionales. Por otra parte, podemos apreciar, en el caso de los tres países, un aprovechamiento, por parte de los líderes de opinión offline (tradicionales), personales e institucionales, provenientes de áreas como las artes y la cultura, la política o la comunicación, de los escenarios digitales, como son las redes sociales virtuales (nuestro caso Twitter), como herramienta para el filtrado especializado o aumento de divulgativo de: 1) los mensajes transmitidos por éstos, desde los escenarios tradicionales de difusión de sus mensajes (radio, prensa, televisión), con fines promocionales, desde los usuarios Twitter provenientes, en su mayoría, de instituciones mediáticas tradicionales, o profesionales.

Rojas (2010), realizó un estudio titulado: *Axiología de una forma de Gobernar. La puesta en escena del lenguaje en el Ciberespacio Twiteriano De @Chavezcandanga*. La investigadora basó su estudio en el objetivo general en analizar las intenciones del discurso del expresidente venezolano, Hugo Chávez en su cuenta virtual @chavezcandanga perteneciente a Twitter, con los objetivos específicos basados en: Analizar los actos de habla de enunciados seleccionados del discurso de Hugo Chávez, en su cuenta de Twitter; determinar las intenciones subyacentes en la comunicación del expresidente venezolano, Hugo Chávez, en su espacio twitterianochavezcandanga, a través del análisis de los actos de habla. Por otra parte, el estudio se inscribe en el enfoque cualitativo, ubicado en el paradigma interpretativo y enmarcado en la investigación de campo. La siguiente investigación se caracteriza por ser de tipo descriptiva debido a que pretende puntualizar los detalles del discurso perteneciente al expresidente de Venezuela Hugo Chávez. Los fundamentos teóricos que sustentan esta investigación son los actos de habla del estudio de las intenciones Reyes (1998). Con relación a la metodología, el estudio se inscribe en el enfoque cualitativo, ubicado en el paradigma interpretativo y

enmarcado en la investigación de campo. En cuanto a la metodología, el corpus lo constituyen cuatro conversaciones constituidas por doce tweets provenientes de la cuenta chavezcandanga. A partir del estudio se concluye que el espacio discursivo de las redes sociales se muestra como un campo idóneo y extenso para el análisis del discurso y que los tweets provenientes de la cuenta chavezcandanga presentan frecuentemente actos de habla ejercitativos, lo que es un indicador del uso de este espacio como una alternativa o forma de gobernar. De igual modo, entre las conclusiones destaca que la red social Twitter es una de las alternativas de la vanguardia tecnológica más reciente y preferida por la población, por lo tanto es un lugar de intercambio lingüístico poco investigado. Los tweets provenientes de la cuenta @chavezcandanga presentan frecuentemente actos de habla ejercitativos, lo que es un indicador del uso de este espacio como una alternativa o forma de gobernar, no sólo ejecutando órdenes a otras autoridades venezolanas, sino también como una manera de proyectar las acciones que realiza el Estado venezolano a los usuarios internacionales. Finaliza el cuerpo de conclusiones que con cada nuevo medio de comunicación, la actualidad brinda la posibilidad de transmitir ideologías, creencias, costumbres y formas de vida con mayor rapidez y alcance.

Las conclusiones derivadas de los estudios citados, posibilitan el discernimiento sobre: el tema central como el uso del twitter; el papel de los actores involucrados, tales como el uso que presidentes de países y muy específicamente el caso del mandatario Hugo Chávez, hizo del lenguaje en ciberespacio, como un campo que posibilita el análisis del discurso; de igual manera analizan los flujos de la comunicación y demostrar si en la actualidad se desarrolla una ciberdemocracia plena o la autocomunicación de masas, y finalmente, la imagen construida el expresidente venezolano, Hugo Chávez sobre su pensamiento político, mesianismo, bolivarianismo y gestión pública en su cuenta virtual @chavezcandanga perteneciente a Twitter.

En el marco de los aportes dados por las investigaciones en materia de conclusiones, también vale mencionar, que la esfera pública digital reproduce los sesgos de la esfera pública convencional que, construida aún con los medios de

comunicación y de representación política tradicionales, ocupa una posición central respecto a la gestión del poder. De allí la multiplicidad de debates y movilizaciones.

De igual manera, los estudios citados son pertinentes, en tanto se relacionan con los análisis del impacto de los nuevos flujos de comunicación y los actos del habla ejercitados provenientes de los escenarios digitales en la generación de nuevos líderes de opinión online de algunos países entre los que incluye a Venezuela, así como demostrar si en la actualidad se desarrolla una ciberdemocracia plena o la autocomunicación de masas. Asimismo, es importante destacar que la metodología utilizada por los investigadores concuerda con el presente estudio al utilizar el monitoreo de los mensajes twiteados, sin descuidar que con cada nuevo medio de comunicación, la actualidad brinda posibilidades de transmitir ideologías, creencias, costumbres e incluso la imagen de una figura política y las formas de vida con mayor rapidez y alcance.

Aspectos Teóricos

El proceso de la comunicación que se da a través de Twitter y su contenido en cada uno de los 140 caracteres

Nuevos modelos comunicacionales

Transcurridos cuarenta y cinco años de la puesta en escena de Internet, como plataforma concebida para la distribución masiva de mensajes, por tratarse de una red de redes que conecta computadoras distribuidas por todo el mundo para permitir el intercambio de información entre ellas, se podría afirmar que trastocó toda la forma de producción y distribución de bienes y servicios. Al respecto, uno de los sectores con las más grandes transformaciones por la expansión veloz de Internet, es el de las comunicaciones, que como ha sucedido desde su nacimiento, han ido a la par de las nuevas tecnologías.

Sobre la expansión de las redes horizontales de la comunicación interactiva, Castells (2008) precisa:

La difusión de Internet, la comunicación móvil, los medios digitales y una variedad de herramientas de software social han impulsado el desarrollo de redes horizontales de comunicación interactiva que conectan local y globalmente en un tiempo determinado. El sistema de comunicación de la sociedad industrial se centraba en los medios de comunicación de masas, caracterizados por la distribución masiva de un mensaje unidireccional de uno a muchos. La base de la comunicación de la sociedad red es la web global de redes de comunicación horizontal que incluyen el intercambio multimodal de mensajes interactivos de muchos a muchos, tanto sincrónicos como asincrónicos. (p.7)

Es por esta razón, que la sociedad redestablece nuevos modelos de comunicación y surgen nuevas teorías sobre el proceso de comunicación que está siendo mediado por Internet. Entre estos nuevos modelos, figuran la sociedad red y la autocomunicación, son los nombres acuñados por Castells (2008) para referirse a los nuevos modelos de comunicación que surgen en la sociedad que desde 1969 comenzó a interconectarse y sobre el particular enfatiza: “El surgimiento de una nueva forma de comunicación relativa a la cultura y la tecnología de la sociedad en red, y basada en las redes de comunicación horizontales: lo que yo llamo autocomunicación de masas”. (p.15)

Tal y como lo afirma el autor citado, los medios digitales con su gran variedad de herramientas permiten, en su esencia, hablar de comunicación interactiva detrás de la cual se traduce en un discurso, que para efectos del presente estudio, resulta de vital importancia analizar, más allá de su forma, en su contenido como resultado de la imagen que pretendió dar entre el autor de @chavezcandanga y sus seguidores. Por esta razón, interesa estudiar la perspectiva e ideario presente en dicho discurso, el pensamiento revelado que le permiten construir su imagen.

En este orden de ideas, requiere destacar que en el nuevo modelo de comunicación, los usuarios dejaron de ser espectadores y pasaron a tener el control de lo que desean leer, ver y escuchar y ya no son receptores estáticos sino que pueden, sí

así lo desean, responder los mensajes que por las diversas plataformas reciben y también producir contenidos, es decir, apropiarse de los contenidos.

Ya es cosa del pasado los modelos de comunicación analizados durante muchas décadas en donde la direccionalidad y el esquema de envío de información de uno a muchos los identificaba, pues como lo afirma Cardoso (2009):

Durante los últimos 15 años presenciamos un fuerte cambio en el paisaje de los medios. Cambio que se debe, no solamente, a la innovación tecnológica en los propios instrumentos de mediación, pero también en la manera con que los usuarios eligieron apropiarse socialmente de los mismos y por consecuencia, cómo construyeron nuevos procesos de mediación. (p.1)

A partir de los cambios experimentados en los medios en el nuevo modelo de comunicación, los usuarios dejan de ser espectadores y pasan a tener el control de lo que desean leer, ver y escuchar y ya no son receptores estáticos. Al respecto, con gran precisión Castell (2008) ratifica que existe: “Un nuevo ámbito de comunicación y, en última instancia, en un nuevo medio, cuyo eje principal está compuesto por redes informáticas, cuyo lenguaje es digital y cuyos remitentes están distribuidos por todo el mundo y son globalmente interactivos”. (p.32)

Con el avance de Internet surgen nuevos sistemas de comunicación entre las que se destacan las redes sociales (Twitter, Facebook, Instagram entre muchas otras) además de los mensajes de texto, pin, whatsapp, SMS, blogs, podcasts, wikis y cualquier otro sistema que permita el intercambio de mensajes casi al instante con la posibilidad de interactuar.

Asimismo, Castells (2012a) indica:

En los últimos años el cambio fundamental en el mundo de la comunicación ha sido lo que he llamado autocomunicación de masas: el uso de Internet y las redes inalámbricas como plataforma de comunicación digital. Es comunicación de masas porque procesa

mensajes de muchos para muchos y potencialmente puede llegar a muchos receptores y conectarse a incontrolables redes que transmiten información digitalizada en un barrio o por todo el mundo. Es autocomunicación de masas porque el emisor decide el mensaje de forma autónoma, designa a los posibles receptores y selecciona los mensajes de las redes de comunicación que quiere recuperar. (p.24)

Según las cifras anuales reportadas por Organización de las Naciones Unidas, (ONU), indican que para el 2013, unos 2.700 millones de personas usaban a Internet, lo cual corresponde al 39 % de la población mundial:

El afianzamiento de la infraestructura tecnológica para información y comunicaciones, incluyendo las redes de banda ancha móviles, las redes sociales, las aplicaciones innovadoras y las tarifas cada vez menores por los servicios, siguen haciendo aumentar el uso de la Internet en todas las regiones del mundo. (p.5)

Como complemento de análisis expresa que esto se da, pese a la llamada brecha tecnológica se mantiene las cifras que ratifican que se vive en un mundo interconectado por la red de redes: Internet.

Sobre la dinámica de la interactividad y los nuevos modelos de comunicación Scolari (2008), apunta que con:

La aparición de una nueva generación de medios digitales interactivos, ya no basados en la lógica del broadcasting, sino en un modelo de comunicación totalmente innovador fundados en las redes y la colaboración de los usuarios, está desafiando nuestro conocimiento sobre los viejos medios de comunicación de masas. (p. 45)

De lo cual se podría apreciar, que el modelo de comunicación que se emplea en el uso de Twitter y en este caso @chavezcadanga, no se podrá observar con modelos pasados sino como una nueva forma de comunicación digital.

Por tal razón cabe señalar lo expresado por Artigas et al. (2012):

El debate sobre las nuevas audiencias, las técnicas y métodos para estudiar los fenómenos relacionados al uso de Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) apenas comienza. No hay parámetros definidos para esta tarea, apenas unas adaptaciones de la metodología tradicional al espacio digital que aún se encuentran en período de prueba. (p.59)

Al respecto los autores agregan que anteriormente, con otras plataformas y medios, estudiar las masas implicaba utilizar unos métodos estándar basados en ciertas fórmulas que señalaban y explicaban el porqué del comportamiento de la audiencia ante la “inyección” fulminante de los mensajes, los canales eran unilaterales y la difusión se hacía de uno a muchos por lo que el control lo ejercía indefectiblemente el emisor. Actualmente, surgen nuevos actores con nuevo estatus.

Dichos actores o usuarios, según lo aseveran Artigas y otros (2012) son en definitiva:

Quienes practican la comunicación de forma horizontal y según sus intereses, poco pueden ser incluidos en el concepto de audiencia o masas porque acá las diferencias entre ellos son claras. Las masas responden, según los viejos modelos de comunicación, de manera uniforme; los usuarios se agrupan en tribus, pueden responder de forma personal y desde allí impulsar el pensamiento colectivo hasta llegar a la movilización social. Es también importante considerar que aún no hay un modelo de comunicación que considere lo que está pasando en las redes, donde emisor y receptor cuentan con las mismas posibilidades de enviar y/o recibir un mensaje a uno o a muchos. (p.59)

Ante este nuevo sistema de comunicación denominado el microbloggin Twitter, es pertinente trabajarlo desde la óptica escrita por Orihuela (2011b):

Twitter ha cambiado la red y ha completado el giro social que iniciaron los blogs a finales de los años noventa. Ahora el planeta entero está conversando y todos podemos escucharlo. También existe la posibilidad de que el planeta nos escuche. Al menos una vez. Tenemos 140 caracteres para intentarlo. Y muchas veces. (p.21)

Políticos seducidos por las redes

Compañeros, lamentablemente, por ahora, los objetivos que nos planteamos no fueron logrados en la ciudad capital. Es decir, nosotros acá en Caracas, no logramos controlar el poder. Ustedes lo hicieron muy bien por allá, pero ya es tiempo de evitar más derramamiento de sangre. Ya es tiempo de reflexionar y vendrán nuevas situaciones y el país tiene que enrumbarse definitivamente hacia un destino mejor. Así que oigan mi palabra. Oigan al Comandante Chávez quien les lanza este mensaje para que, por favor, reflexionen y depongan las armas porque ya, en verdad, los objetivos que nos hemos trazado a nivel nacional, es imposible que los logremos.

Con las anteriores palabras, pronunciadas frente a las cámaras de televisión, el 4 de febrero de 1992 nació Hugo Rafael Chávez Frías para Venezuela y el mundo. Una mañana habló para llamar a los militares dirigidos por él a deponer la asonada militar, con la cual pretendieron derrocar al entonces Presidente de Carlos Andrés Pérez y desde ese momento ya no sería invisible para el país.

El mensaje del entonces comandante Hugo Chávez lo catapultó y se puede decir que al pronunciar 169 palabras nació el que sería años más tarde presidente de Venezuela por 14 años. Krauze (2012) describe la aparición mediática del polémico Hugo Chávez Frías: “pero ni siquiera entonces su buena suerte lo abandonó. Un golpe, no de Estado, sino de azar, transformó su derrota en victoria” (p. 149).

El 6 de diciembre de 1998 fue electo presidente de Venezuela por primera vez con 3 millones 673 mil 685 votos (56.20% de los sufragios) en contienda con Henrique Salas Römer quien obtuvo 39,9% del apoyo de los electores. Llegó a la presidencia aglutinando el descontento partidista y de la mano del Movimiento V República (MVR) que logró unificar a partidos y grupos de izquierda venezolana.

Para Ramos (2009): “El ascenso de Chávez y del chavismo al poder en 1999 marcó para Venezuela el comienzo de una etapa de cambios cruciales, políticos y sociales, cargada de significativas repercusiones para el futuro” (p. 52) y durante 14 años que dirigió el gobierno Hugo Chávez -sin duda alguna, desde el 2 de febrero de 1999 hasta el 5 de marzo de 2013 cuando falleció a consecuencia de un cáncer- sus mandatos estuvieron signados por la polémica y la confrontación, no solo en la esfera nacional sino también en el ámbito internacional.

Luego de asumir oficialmente la banda presidencial, el 2 de febrero de 1999, Hugo Chávez convoca a una Asamblea Constituyente. Esta se ocupó de redactar una nueva Carta Magna, destinada a crear el ordenamiento jurídico necesario para hacer posible el funcionamiento de una *democracia social y participativa*.

Con el cambio de la Constitución de Venezuela de 1961, impulsada con un referendo en 1999, se dio paso a la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela y con ella la transformación de las estructuras de poder en el país.

En la presentación del Proyecto Nacional “Simón Bolívar” (2007) primer plan socialista de la nación PPSN Desarrollo Económico y Social de La Nación, el presidente Hugo Chávez escribe:

A partir del 2 de febrero de 1999, se inició un proceso de cambios en Venezuela orientados hacia la construcción de Proyecto Nacional Simón Bolívar, el cual continúa en esta nueva fase de gobierno, para profundizar los logros alcanzados (...) En este próximo período 2007-2013, se orienta Venezuela hacia la construcción del Socialismo del Siglo XXI. (s/p)

Con una gestión autodenominada por el presidente Chávez y su gobierno de “revolución bolivariana”, el país se polarizó entre quienes apoyaban cada una de las

propuestas del polémico mandatario y quienes lo adversaron. Polarización que llegó al plano internacional. En el Proyecto Nacional Simón Bolívar (2007) se indica que “la plena realización del Socialismo del Siglo XXI que estamos inventando y que sólo será posible en el mediano tiempo histórico, pasa necesariamente por la refundación ética y moral de la nacional venezolana” (p. 13) y como su nombre lo indica esta propuesta de país está fundamentada en los ideales de Bolívar primero que nada pero también en los pensamientos de Simón Rodríguez y de Ezequiel Zamora denominado por el presidente Chávez como el “*árbol de las tres raíces*”.

Petkoff (2010) describe el gobierno de Hugo Chávez Frías:

No estamos, ciertamente, ante una democracia convencional, pero tampoco se puede definir el régimen chavista como una dictadura convencional. Se trata de un híbrido extraño, entre una “anatomía” institucional del Estado, formalmente democrática y republicana, y una “filosofía” del mismo, y del Gobierno, precaria y de muy dudosa factura democrática, aunque hasta ahora, comienzos de 2010, no abiertamente dictatorial, aunque algunas de sus conductas se tornan cada vez más próximas de esa condición. De alguna manera que podríamos hablar de una cuasi dictadura. (p. 29)

Conducir la *revolución bolivariana* o marcar la brújula hacia el *socialismo del Siglo XXI* se tradujo en la polarización de la nación: quienes respaldaron a Chávez y así lo hicieron durante cinco procesos en los cuales participó como candidato, incluido el referendo en el cual se decidía si se iba del poder o permanecía y quienes se esforzaron por defenestrarlo del poder y a través de un golpe de estado en el 2002 al tacharlo de dictador.

Al analizar cualquier etapa de los 14 años de gestión de Hugo Chávez no se puede dejar aislada la parte comunicacional. Él demostró ser un hombre que tenía talento y habilidades para dirigirse a sus gobernados a través de los medios de comunicación social.

José Vicente Rangel en entrevista concedida a Krauze (2012) sentencia:

El arma más poderosa de Chávez no son ni los taques ni los aviones rusos ni su boina, es su palabra. Chávez es un mago de la palabra. Tiene una capacidad tremenda para comunicarse con la gente común y corriente; ha hecho de la comunicación con la gente un ejercicio de pedagogía; repite, abusa; a mí me molesta ese lenguaje, repetitivo, muchas veces chabacano. (p. 302)

En un país híbrido en todos sus componentes (económico, político, social, mediático) el entonces presidente Hugo Chávez afianzó lo que el investigador comunicacional Cañizález(2012)denomina la “Presidencia Mediática”:“el número de medios administrados por el gobierno aumentó significativamente entre 2002 y 2008” (p. 15).No estuvieron ausentes del *mago de la palabra*, como lo denominó Rangel, el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) para comunicarse con sus seguidores y parciales o sus adversarios y detractores y entre ellas empleó los 140 caracteres permitidos por Twitter, como una herramienta más de ese emporio comunicacional que en 14 años ajustó a su gestión.

Del “Epa, qué tal? Aparecí [...]” al “Sigo aferrado a Cristo y confiado en mis médicos [...]”

“Epa, qué tal? Aparecí como lo dije: A la medianoche”, fue el primer tweet del mandatario en su cuenta, enviado el 28 de abril de 2010, fecha que en viajaba a Brasil y no fue sino hasta el 3 de mayo de 2010, cuando comenzó a responder a sus seguidores, lo cual hacía a través de la televisión mostrando como interactuaba con sus seguidores a través de un aparato telefónico BlackBerry.

La movida cuenta del mandatario nacional cesó en sus mensajes el 18 de febrero de 2013, a solo 17 días de morir con el “Sigo aferrado a Cristo y confiado en mis médicos y enfermeras. Hasta la victoria siempre!! Viviremos y venceremos!!!” que fue el último mensaje en el nuevo canal de comunicación que coincidió con su llegada a Caracas luego de ser operado, en La Habana y luego de haber encomendado a Nicolás Maduro como su sucesor.

El 8 de diciembre de 2012 a las nueve y treinta de la noche en una sorpresiva cadena el presidente Chávez hizo la que sería su última aparición pública y así lo reseña la agencia oficial Agencia Venezolana de Noticias (AVN) (2013):

Cadena de fiebre de sábado por la noche, con esas palabras que dejaban ver su sempiterna dicharachería –incluso en los momentos más adversos– Hugo Chávez inicia la memorable cadena nacional de radio y televisión en la que se anuncia al país que deberá someterse a una nueva y delicada intervención quirúrgica que podría poner en jaque su continuidad en la presidencia. Con claridad "plena, como la luna llena", instruye al pueblo a que respalde al entonces vicepresidente de la República, Nicolás Maduro Moros, en caso de que surja la necesidad de ir a unos nuevos comicios presidenciales. El 11 de ese mismo mes es operado en La Habana. (S/p)

Hugo Chávez Frías el político nació con su aparición en televisión el 4 de febrero de 1992 y 18 días antes de morir el 18 de febrero de 2013 a través de Twitter hizo la que sería su última aparición mediática, en vida, con el mensaje: *Sigo aferrado a Cristo y confiado en mis médicos y enfermeras. Hasta la victoria siempre!!! Viviremos y venceremos!!!* Este es el último mensaje de los 1824 escritos en @chavezcandanga.

Con respecto a la formación de opinión y su rol en la política, Castells (2008) infiere:

El poder y la política se deciden en el proceso de construcción de la mente humana a través de la comunicación. En nuestro tipo de sociedad, los medios de comunicación de masas son decisivos en la formación de la opinión pública que condiciona la decisión política. La política es sobre todo política mediática, lo cual tiene consecuencias importantes sobre la política misma, ya que conduce a su personalización y a la política del escándalo. (p.15)

Sobre la teoría de la Sociedad de Red y la Autocomunicación, también se han empoderado los políticos, bien sea en funciones de gobierno y oposición, como elementos decisivos de una sociedad y teniendo en cuenta que muchos de los avances, triunfos y fracasos en el área política pasan por el manejo mediático.

A los políticos les ha resultado de gran atractivo como provechoso la autocomunicación y tal y como la define Castell (2008) es:

El surgimiento de una nueva forma de comunicación relativa a la cultura y la tecnología de la sociedad en red, y basada en las redes de comunicación horizontales. Esta nueva forma de dirigirse a parciales y adversarios pareciera atraparlos para seguir ejerciendo los roles que ocupan en la sociedad. (p. 10)

La creación del servicio de microblogging Twitter -que su traducción del inglés al castellano significa gorjear, parlotear, trinar- que permite a sus usuarios enviar y leer micro-entradas de texto de una longitud máxima de 140 caracteres denominados "tweets", constituyó un nuevo canal de comunicación entre los políticos y sus seguidores o sus audiencias. El hecho que desde un computador o teléfonos móviles se puedan enviar 140 palabras vino a ser de gran ayuda para los fines del estamento político.

Sobre tales usos, se le atribuye al mandatario estadounidense Barack Obama haber dado en su campaña para la reelección en el 2007, el gran salto hacia la política 2.0 o el empoderamiento de las redes sociales, sobre todo el microblogging Twitter, poniéndolo en la actualidad como el segundo líder a nivel global con más seguidores en esta red social superado por el Papa Francisco. De igual modo, no se quedaron atrás los mandatarios latinoamericanos para tomar el control de un ordenador fijo o un portátil para ingresar a la nueva forma de mantenerse en contacto con sus gobernados: Twitter.

Hugo Chávez Frías ejerció la presidencia de Venezuela 14 años, un mes y tres días, siendo el segundo mandatario venezolano con más tiempo en el poder superado por Juan Vicente Gómez. Su gestión fue calificada por muchos expertos de mediática

por la sobreexposición que mantuvo el mandatario de todas sus actividades a través de los diferentes medios de comunicación como lo fueron en un principio radio, prensa y televisión, Cañizáles (2012) considera:

La política ha tenido que adaptarse a un nuevo paisaje, marcado por la lógica mediática. Algunos líderes políticos y gubernamentales parecen haber entendido a cabalidad que el nuevo escenario para la batalla político simbólica es la pantalla chica. El Presidente venezolano Hugo Chávez puede inscribirse en dicha lógica, de acciones decisiones gubernamentales orientadas por la dinámica del show televisivo y así lo evidencian algunas de sus más emblemáticas decisiones. (p. 55)

Coincide su llegada al poder con la expansión de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) y contrario a lo que muchos pudieran pensar que sería difícil que una persona que hacía maratónicos programas de TV y radio - ejemplo ¡Aló, Presidente!- que hacía constantes cadenas de radio y televisión pudiera adaptar a los formatos, algunos con características, de brevedad que caracterizan a los nuevos medios de difusión, pero no fue así el mandatario Hugo Chávez cuya presidencia califican de “mediática” también se enroló en varias de las nuevas plataformas tecnológicas para que sus mensajes llegaron también por estos nuevos canales.

El microbloggin Twitter creado en el 2006, y caracterizado por el símbolo de un pajarito azul, recibió el 30 de mayo de 2010 a un nuevo huésped identificado como @chavezcandanga, cuyo titular era el no menos polémico presidente venezolano Hugo Chávez Frías. Su nombre de usuario es la combinación de su apellido y el adjetivo "candanga", que es una palabra que no aparece en la Real Academia Española pero que en Venezuela se usa para identificar a alguien fuerte explosivo, controversial, peleador. En varias alocuciones el entonces mandatario habló de la posibilidad de cambiar el nombre de su popular cuenta. Los demás Presidentes que usan Twitter identifican las cuentas con sus nombres y apellidos sin adjetivos.

El perfil de cuenta de @chavezcandanga aparece identificada como: Presidente de la República Bolivariana de Venezuela: Soldado Bolivariano, Socialista y Antiimperialista. Una fotografía con la camisa roja que identifica el color del partido de gobierno (Psuv). Las letras y los colores que permite en su diseño también el tono rojo (ver figura 2).



FiguraN° 2 Perfil de @chavezcandanga

En el perfil público que se mantiene, pese a su muerte, aparece como un usuario que comenzó a usar el microbloggin Twitter el 28 de abril de 2010 y que en tres años escribió 1824 mensajes de 140 caracteres. Él seguía solo a 22 personas entre ellas su hija María Gabriela Chávez, los mandatarios Rafael Correa, Dilma Rousseff, Cristina Kirchner, Reflexiones de Fidel así como muchos de sus más cercanos ministros y dirigentes del Psuv como: Tareck El Aissami, Elias Jaua, Diosdado Cabello R. Jorge Arreaza entre otros. Pese a que el mandatario sólo seguía a 22 personas, es decir, que entre él y esas 22 personas se podían leer bidireccionalmente los mensajes publicados, su cuenta tiene 4.13 millones de seguidores o personas que leían sus 140 caracteres. Cifra que aumentó luego de su muerte.

Durante los casi tres años Hugo Chávez usó la cuenta en Twitter pese a la brevedad de los mensajes la empleó como un canal para exponer las ideas de la “revolución bolivariana” pero también para atacar a adversarios y para opinar sobre temas internacionales, deportivos y hasta un tanto cotidianos o más faranduleros como hablar de canciones artistas felicitar y, entendiendo que como lo establece Orihuela (2011a) “que en “twitter son los propios usuarios los que con sus decisiones producen y configuran el contenido y la experiencia del medio, y en eso precisamente radica su carácter social”. (p. 39)

El usuario de la cuenta @chavezcandanga generó contenidos, que en cuestión de minutos se convirtieron en noticia nacional e internacional por tratarse de un Presidente que encontró la forma de además de difundir sus mensajes interactuar con muchos de los twittereros, lo que se denomina el empoderamiento en este caso de una nueva forma de comunicación como lo es Twitter.

Sobre la apropiación del uso de las redes sociales, Castells (2008), expone: “la difusión de Internet, la comunicación móvil, los medios digitales y una variedad de herramientas de software social han impulsado el desarrollo de redes horizontales de comunicación interactiva que conectan local y globalmente en un tiempo determinado” (p.7). Indudablemente, hay que hacer referencia a que los políticos latinoamericanos y, entre ellos, Hugo Chávez entendieron lo imperativo de

mantenerse en contacto en tiempo real con sus gobernados y adversarios e iniciaron el uso de las redes sociales para informar, para fijar posiciones y para atacar o defenderse de sus adversarios.

La firma consultora latinoamericana en comunicaciones Llorente & Cuenca, en un informe de 2014 indica: “Twitter se rinde a los pies de Dilma. Evo domina YouTube. Peña Nieto se luce en Google. Sin embargo, en Facebook -la red social más popular del planeta, con más de 1.100.000 de usuarios registrados- la reina es Cristina Kirchner” (p.8), lo curioso del informe es que a un año del fallecimiento del mandatario venezolano Hugo Chávez se mantiene como el líder latinoamericano con mayor número de seguidores en Twitter, con más de 4.140.000.

Las cifras anteriores, dan cuenta que los mandatarios o el poder político han entendido muy bien que debe estar presente en las nuevas formas de comunicación que han surgido con Internet pues como lo afirma Castells (2008) a lo largo de la historia, la comunicación y la información: “han constituido fuentes fundamentales de poder y contrapoder, de dominación y de cambio social. Esto se debe a que la batalla más importante que hoy se libra en la sociedad es la batalla por la opinión pública”. (p.1)

En consecuencia, el fallecido expresidente Hugo Chávez se apropió de la red social Twitter, sin dejar los medios convencionales radio, televisión y prensa, y con los 140 letras permitidas completó el cuadro mediático de su gobierno junto a la radio, la televisión y una columna en la prensa que publicó durante meses todos los domingo en la mayoría de diarios llamada “Las líneas de Chávez”.

Caracterización discursiva de Chávez

Un discurso desarrollado por una figura representativa como el presidente Hugo Chávez, es una forma de comunicar el poder legitimado, cumple definitivamente una función persuasiva sobre su audiencia, la masa o pueblo. Para Espar(citada por Ascanio, 2010), el discurso político: “es aquel que, en términos generales tiene como enunciador a un actante que realiza sus actividades dentro de lo que se conoce comúnmente como la esfera del poder” (p.22), para el caso en estudio ese discurso se

encuentra centrado en la persona de Chávez quien ostenta el poder político por excelencia, que pretende controlar a la sociedad y concebido como un líder que pretende unificar, dirigir y gobernar a su pueblo.

En ese discurso, según Ascanio (2010): “pueden encontrarse palabras o temas claves que deben aparecer con elevada frecuencia (altamente verbalizados) y con determinada orientación o valencia, lo cual le otorga peculiaridades retóricoideológicas al mensaje político, porque se toma algún tipo de partido sobre el asunto” (p.23).

Son variados los temas develados en ese discurso escrito de los ciento cuarenta caracteres emitidos por Hugo Chávez. Entre los aspectos discursivos incluidos por Hugo Chávez desde el punto de vista *político* figuran por ejemplo su papel enfocado hacia lo: partidista, democrático, revolucionario, guerrero, militar y socialista. Asimismo, desde el punto de vista de la *gestión pública* se le ubica en su papel: dialogante, eficiente, coordinador, promesa, promesa/orden, justicia/promesa y decisión. En la categoría *bolivarianismo*, los mensajes estuvieron enfocados en subcategorías como: ideario, tributo, exaltación, comparativo, guerrero, izquierdista, patriota. Y finalmente desde el *mesianismo*, Chávez enfocó sus mensajes haciendo énfasis en: sacrificio, muerte, salvador, valiente, invencible, cristiano, justiciero, redentor.

En definitiva interesa reconocer el énfasis en los temas y cuáles valores, promesas y acontecimientos representan, es decir, los mensajes desde político, lo mesiánico, lo bolivariano, pues al elegir los atributos se elige el significado y según Ascanio (2010):

Al elegir una expresión determinada, con un propósito para que tenga consecuencias, se elige un significado enunciativo relacionado con el contexto (la pragmática); y si comunicamos bien, y la opinión pública acepta los enunciados, quiere decir que estamos timoneando o conduciendo con éxito nuestras ideas, porque hemos logrado un lenguaje

autorizado y legitimado, el cual puede contribuir con la formación de una matriz de opinión y ello también es una expresión de poder. (p.21)

Es por esta razón, que en una investigación basada en el análisis de las ideas presentadas por un político, Jefe de Estado, con una fuerte ascendencia para la toma de decisiones, abanderando un concepto muy singular de pueblo y el esfuerzo por llegar a él, se hace necesario diferenciar en el contexto la idea de pueblo y que como lo define Sosa (2014), comprende:

Al menos, dos ingredientes constitutivos en la lógica del pensamiento político: lo que se piensa del pueblo tal como existe en la realidad presente y la propuesta que se hace del pueblo necesario para darle vida al proyecto político que se impulsa. En contextos de transformación social en los que los actores / pensadores políticos se proponen superar una etapa, la realidad presente, para alcanzar otra superior, es esencialmente importante considerar estas dos caras de la idea de pueblo. Toda revolución sueña con producir un pueblo de hombres y mujeres nuevos. (p. 7)

Finalmente, sobre el papel de pueblo hace referencia Sosa (2014), al ideario propuesto en el proyecto chavista que subraya la necesidad de dirigir al pueblo para que rompa las ataduras de la situación a la que ha estado sometido. Es en este último aspecto, entran en juego el soporte utilizado (herramientas de software social y de comunicación interactiva que conectan local y globalmente en un tiempo determinado) por el líder del referido proyecto, Hugo Chávez Frías para hacer llegar sus ideas al mayor número de personas, en el menor tiempo posible, tal y como como lo permita la tecnología actual.

Al hacer mención sobre el uso de las herramientas para difundir tales mensaje y por ende la búsqueda del dominio, se habla de la caracterización del sistema que se pretenda penetrar y, como lo afirman Artigas et Al. (2012), durante los años 2008 y 2009: “Los sitios como Facebook y más adelante Twitter se convertirían en las

plataformas respectivas para compartir y colaborar con el establecimiento de rutinas y anécdotas de la jornada electoral que viven los venezolanos” (p.65), sobre el tema y el actual sistema político de Venezuela y el papel que juegan los venezolanos, Sosa (2014), considera que la mayoría:

Se acerca a los análisis políticos con la intención de descubrir la inclinación ideológica que lo orienta y aceptarlo o rechazarlo según el analista se acerque a la posición que ya tiene. Del mismo modo, muchos de los que se presentan como analistas políticos no hacen otra cosa que expresar sus prejuicios sobre la realidad con argumentos más o menos elaborados en una jerga pretendidamente politológica. (p. 2)

Desde la percepción del emisor, en este caso el gobierno chavista representado por Hugo Chávez, presenta una característica que para Sosa (2014) significa: “el apoyo de la masas a través de las elecciones y la participación en movilizaciones, programas y organizaciones políticas o sociales promovidas desde el Gobierno-Estado... concentra sus esfuerzos en políticas sociales [...] se definen como democracias participativas y protagónicas”. (p.4)

El autor enfatiza que ese sistema político pretende en definitiva, lograr que el Estado se ponga al servicio de la sociedad, constituida por un pueblo de ciudadanos organizados actuando, porque dicho proyecto de país encarna con sus aspiraciones de mayorías populares, capaz de integrar los intereses de los distintos sectores sociales en un horizonte compartido.

Sobre el tipo de liderazgo que encarnó el presidente Hugo Chávez desde su muy recordado “por ahora” y durante sus muy bien posicionados catorce años de gobierno, se han dado diversidad de opiniones. Dada su multiplicidad de facetas y su gran carisma este particular líder despierta inquietudes sobre ¿qué lo hace mantenerse con tantos seguidores o masas esperanzada en su líder? Y la respuesta pasa por mencionar desde el poder político, lo económico hasta lo carismático religioso, de allí

la importancia de entender también quiénes son esa gran masa receptora de sus mensajes y qué contiene su mensaje.

Torres citado por Bisbal (2013), justifica que las masas que siguen a Hugo Chávez es porque:

Les brinda (o promete brindar) apoyo directo a sus necesidades básicas, que son prioritarias es sectores pobres o pobrísimos de la sociedad... controladas por un poder político sin barreras ni cortapisas... debemos recordar que estamos hablando (de muchas, por cierto) y no de máquinas a las que se les suministra combustible o se programa para actuar; y en términos religiosos -que es precisamente el tema que nos convoca- bien pudiéramos decir que son cuerpos con alma. En ese movedizo terreno de la subjetividad se ancla la tercera fuente del poder del líder: el poder simbólico. (p.142)

La construcción discursiva utilizada por cualquier líder tiene como fin último ejercer la mayor influencia posible en su audiencia o masa a quien va dirigido. En el caso de Hugo Chávez, elaboró un producto comunicativo singular, con palabras entendibles para esa gran masa, bajo sus propias reglas, con su propia identidad y con la finalidad de ser entendido a lo que Torres (ob cit.2013) infiere que ese discurso no puede ser definido como una sarta de palabrería o de cháchara, tampoco una retórica hueca destinada a marear a los escuchas, tiene sentido y puede ser comprendida:

Si levantamos la hojarasca de su verbo encendido podemos distinguir que el discurso tiene dos vértices básicos: por un lado es un discurso histórico-nacionalista-bolivariano, y por el otro un discurso redentorista-cristiano-socialista [...] es un discurso compuesto de apropiaciones y reapropiaciones de discursos 'mayores', hasta cierto punto universales, pero crea un nuevo producto, único y solo parecido a sí mismo. (p.143)

Al parecer, este discurso elaborado por Hugo Chávez pasa por tener una versión histórica como la entiende su emisor y no como la interpreta esa masa, además intenta separarse en la medida de sus posibilidades de cualquier parecido a los gobiernos anteriores en un intento por utilizar dicha diferencia como una verdadera alternativa novedosa y única. Para Torres (Ob Cit.): “Sus mensajes tienen un efecto simbólico en tanto es un gran relato nacional cuyo protagonista es el pueblo oprimido y engañado por las élites durante cinco siglos que finalmente encuentran su liberación. Simple, poco veraz pero efectivo” (2013, p.143).

Sin duda Simón Bolívar representa para los venezolanos un héroe nacional de particular importancia. No obstante, la imagen de ese Bolívar es reconstruida por Hugo Chávez como la de un hombre gigante, único practicante del cristiano y al mismo tiempo socialista que tiene grandes rasgos, similares al oyente llamado pueblo, que tergiversado o no ese discurso, señala Torres (Ob Cit.):

Opera como la gran bisagra que une los dos vértices, el histórico nacionalista y el redentorista; a lo que hay que agregar que Bolívar ya recibía cualidades religiosas antes de Chávez, de modo que aquí el líder se apropia de un discurso prefabricado. Quien es chavista también es bolivariano, socialista y cristiano. O al revés. Los conceptos se intercambian y se hacen sinónimos a pesar de las contradicciones que puedan contener. Es un conjunto de significantes que flota en el discurso y que cada receptor capta de acuerdo a su propia subjetividad (p.143).

La autora asegura que son muchos los ejemplos que podrían citarse a propósito del uso del discurso cristiano y que no corresponde enteramente a la religión católica debido a que incluye algunas prácticas de otras creencias sin mayores diferenciaciones Torres (Ob Cit., p.143), dado que es un discurso amplio para que cualquiera pueda encontrarse suficientemente cómodo dentro de sus creencias:

Por ejemplo: “estoy seguro de que lo vamos a lograr. Hemos sido bañados por el agua bendita del cordonazo de San Francisco. Hoy es el

día de San Francisco, aquel que era rico y entregó toda su riqueza a los pobres y se volvió santo”. Estas afirmaciones dichas al cierre de la campaña electoral pasada unen la tradición caraqueña del culto a San Francisco con el milagro y el éxito político (p.144).

Por otro lado, la autora profundiza en el tema relacionado con el discurso socialista, con visos marxistas al que también califica de reapropiado y del que Torres(Ob Cit.) ejemplifica: “Si bien el estado comunal y la propia idea de la comuna se inspira en los soviets y en los kolhos de la Unión Soviética, no se propone un estado soviético tal cual fue” (p.144), pues la considera una versión venezolana más asequible a la mentalidad de este país que a la de los rusos tiempo atrás. Es decir, invoca al marxismo que contenta a los sectores de la izquierda y ofrece la redención de los desposeídos que anima a las masas.

Son considerados discursos universales que se engranan o “reapropian” para obtener un resultado final discursivo propio con características culturales también propias del venezolano, ejemplificado en las coplas llaneras intercaladas en sus discursos, presentación de hombres y mujeres que han enaltecido la música venezolana, homenajes a personajes de trayectoria cultural y deportiva, la creación de misiones con nombres de próceres de la independencia según él rescatados de la historia de Venezuela, extensas anécdotas, chistes que recrean el habla del venezolano, son entre otras las novedades que hacen del personaje un líder único y reconocido.

Sobre la vinculación mágico-religiosa promovidos por Hugo Chávez vale mencionar el análisis propuesto por Ascencio (citado por Bisbal, 2013), quien además se pregunta, si el presidente de la República ¿es un líder religioso o es la sociedad venezolana o un grupo de seguidores quienes lo consideran religioso? de lo cual agrega:

Detengámonos en la categoría ‘líder religioso’: un líder religioso es un tipo de líder. Los líderes, que pueden ser, entonces, de diferentes tipos y oficios, tienen una facultad en común. El carisma. Considerado este

carisma desde el punto de vista sociológico, se trata de una especie de don, de gracia, de facultad extraordinaria, real o presunta, que suscita el entusiasmo de la gente hasta el punto que las masas se someten gustosa y frenéticamente, a los deseos que el líder les impone. (p. 147)

González(citado por Bisbal, 2013), le adjudica al movimiento de Chávez parte de la responsabilidad de considerarlo como profeta y apóstol, pero esto también dependerá: “Tal y como pueden ser leídas en una realidad venezolana profundamente religiosa, actualmente caracterizable como multireligiosa, vertebrada alrededor del CristianismoCatólico, tanto oficial como popular signado por una ostensible doble adscripción religiosa en amplios sectores de su feligresía” (p.151), al tiempo que agrega que el movimiento político articulado alrededor de Chávez, especialmente a partir de 1992 ha propiciado y desencadenado la aparición pública y central de la dimensión religiosa venezolana en la confección del destino político de la Nación, con una intensidad solo similar a la habida en la Guerra de Secesión de 1810-1821; en tanto le refiere otras dos razones en la conformación del bloque político articulado alrededor de Chávez, proviene de la esencia de los militares y de las religiones tradicionales minoritarias en Venezuela.

Sobre lo carismático religioso de Hugo Chávez, González (Ob Cit.), atribuye también la responsabilidad a esa sociedad venezolana la cual está: “Agrupada en el bloque sociopolítico dominado, presenta a su ungido, a su Mesías, encarnado en el carisma de Apóstol, de enviado a difundir la Buena Nueva (Evangelio), de que sí hay un camino, sí hay un futuro, sí hay esperanza” (p.158), basta con recordar agrega el autor, que Chávez en su convocatoria a lo divino ha invocado diversas fuerzas espirituales en nombre de quienes habla: Dios, Cristo, los espíritus de la sabana y enfrentamiento directo con la Conferencia Episcopal Venezolana.

Ese profeta que es Chávez, según González (Ob Cit.), tiene como papel fundamental:

Destruir lo negativo del mundo de sus contemporáneos, de ahí el verbo demoledor de Chávez. El papel del Apóstol es difundir la Buena Nueva

(Evangelio) de que todos serán aceptados en el Nuevo Reino por construir (la Venezuela del Futuro) basta que quiera progresar, ni siquiera se exige como requisito de entrada cambiar su fe tradicional, pues se invita a todas las personas de todos los colores políticos. (p.160)

El discurso histórico es también redentorista, asume Torres (citada por Bisbal 2013), en tanto la historia se ha planteado como relato de la dominación de unas clases sobre otras, con una redención tanto de lo material de lo que ha sido desposeído durante décadas de gobiernos, como la cristiana, porque para Chávez: “Cristo es por antonomasia el redentor, y de acuerdo con el líder, el redentor de los pobres porque fue socialista. Cristo es una fuerza espiritual y también guerrera” (p.144).

De igual modo Torres (citada por Bisbal 2013) corrobora la pasión redentorista del presidente cuanto a su regreso de Cuba en abril 2012 expresa:

Dame tu corona, Cristo, dámela que yo sangro, dame tu cruz, cien cruces, pero dame la vida, porque todavía me quedan cosas por hacer por este pueblo y por esta patria, no me lleves todavía, dame tu cruz, dame tus espinas, dame tu sable que yo estoy dispuesto a llevarlas, pero con vida Cristo, mi Señor. (p. 144).

Sin duda, tales palabras tocan los sentimientos de sus seguidores quienes se solidarizan con el líder desahuciado, abatido, agonizante como el propio Cristo en la cruz luego de su recorrido camino al calvario. Esa vinculación espiritual del líder con la masa no es otra cosa que la reconstrucción de la imagen de Cristo en su propia vida, asimismo, con una retórica que despierta sus propios análisis tanto a favor como en contra, les sirvió de sustento a los diseñadores de campaña para crear el famoso “Chávez, corazón de la patria”.

En tanto, como lo afirma Torres (citada por Bisbal 2013): “Los venezolanos y venezolanas son los hijos e hijas de Bolívar, quedan unidos en un doble vínculo

sagrado: la unión a través de Cristo y a través de Bolívar” (p.145), es decir, una identidad que es definida por el propio Chávez en sus expresiones: “Chávez no soy yo, Chávez son ustedes, somos todos. Ya no soy yo, en verdad Chávez es un pueblo, es un concepto: el chavismo” (p.145).

Peraza (citado por Bisbal, 2013) explica una diferenciación de la inclusión del tema religioso entre el antes y después de la enfermedad de Chávez. Si bien antes existía, con la enfermedad lo refuerza y reestructura en el marco de lo que él entiende por religión católica y que como tal en ningún momento ha afirmado pertenecer a otra confesión de fe y a pesar de tener un discurso muy cercano al mundo de los evangélicos nunca manifestó pertenecer al culto de la santería, ni de ninguna otra religión.

En cuanto a la teología de Chávez, Peraza (citado por Bisbal, 2013), realiza un acercamiento a la teología de la liberación en América Latina con elementos propios de la religiosidad popular:

El discurso de Hugo Chávez reordena ambos sistemas y por eso puede hablar de las imágenes más tradicionales de la iglesia católica como el Cristo espinado, de los espíritus de la sabana y al mismo tiempo invocar una versión de Jesús que tiene que ver con la lucha por la justicia social, el socialismo y la liberación ... puede combinar una imagen absolutamente tradicional como el Santo Cristo de la Grita y dentro de esa estructura proclamar el socialismo de Cristo [...] incorpora el discurso religioso católico tradicional dentro del campo marxista. (p.165)

En definitiva, el discurso creado por Chávez en la búsqueda de un socialismo o de un bolivarianismo que tiende a recrear su propia imagen de niño desposeído y luchador, lo identifica plenamente con sus electores y por lo tanto saca partido a su manera intencional o no de llegar hasta el corazón de sus seguidores.

Finalmente, el bolivarianismo frecuentemente utilizado por Hugo Chávez tiene como contexto las transformaciones que vive el país y que desde el Prólogo de la

Constitución de La República Bolivariana de Venezuela se manifiestan, delegando en la educación la responsabilidad de cristalizarlo:

El pueblo de Venezuela en ejercicio de sus poderes creadores e invocando la protección de Dios, ejemplo histórico del Libertador Simón Bolívar ... y de los precursores y forjadores de una patria libre y soberana, con el fin Supremo de refundar la República, para establecer una sociedad democrática, participativa y protagónica, multiétnica y pluricultural en un Estado de justicia federal y descentralizado, que consolide los valores de la libertad, la independencia, la paz, la solidaridad, el bien común, la integridad territorial, la convivencia y el imperio de la Ley para estas y las futuras generaciones. (p.9)

Esa reforma efectuada al texto constitucional ideado y promovido por el presidente Hugo Chávez, lleva implícito la formación de un nuevo ciudadano y una ciudadana transformadores con principios y valores de cooperación, solidaridad, convivencia, unidad e integración que garanticen la dignidad y bienestar individual y colectivo desde un pilar fundamental como lo es educación integral para todos como lo clamaba el Libertador Simón Bolívar. Es bolivariano el país que sueña Chávez, en tanto proclama las ideas de Simón Bolívar, Simón Rodríguez y Ezequiel Zamora fundamentados en las raíces de la identidad Patria y hacia una conciencia nacional ciudadana desde un enfoque humanista social.

De igual modo, en lo que al concepto de gestión pública se refiere cabe señalar lo referido por Camargo F y Cusba E (2001):

El concepto de gestión pública está directamente asociado a los resultados que logre una administración y se ha definido como un proceso integral, sistemático y participativo, que se articula en tres grandes momentos: la planificación, la ejecución y el seguimiento y evaluación de las estrategias de desarrollo económico, social, ambiental, físico, institucional, político y financiero sobre la base de unas metas acordadas de manera democrática. (s/p)

En este sentido, el presidente Hugo Chávez hizo uso de las herramientas de las nuevas tecnologías de la comunicación e información, no solamente para anunciar los resultados de su administración, sino también para coordinar, dar órdenes y lineamientos relacionados con sus planes y metas de gobierno.

El jefe de estado nacional impuso el estilo de dirigir la administración pública a través de los medios de comunicación social, mediante cadenas de radio y televisión así como en su programa dominical ¡Aló, Presidente! En vivo y directo anunciaba obras, aprobaba recursos, removía y nombraba funcionarios, tomaba decisiones y rendía cuentas.

Sobre este tema de practicar la gestión pública con el uso de los medios de comunicación Ochoa (2008) precisa lo siguiente:

[...] semanalmente el Presidente de la República expone los problemas del país, ideas sobre qué hacer para solucionarlos, como hacerlo y el porqué hacerlo. Es un proceso de comunicación sistemática a todos los sectores del país, sobre los temas que van ingresando a la agenda pública, la visión del gobierno en cuanto a explicación de los problemas y las salidas. Es un programa que brinda información, por lo general de modo detallado, de manera muy didáctica, con lo cual está brindando posibilidades a la población, de opinar, de criticar, de movilizarse a favor o en contra de las interpretaciones de la realidad y de las propuestas del gobierno. De hecho, a partir de la información que brinda el programa, los sectores de oposición crean su matriz de opinión y movilizan sus recursos políticos, buscando incidir en las decisiones. (s/p).

En este sentido, el presidente Hugo Chávez empleó las herramientas de las nuevas tecnologías de la comunicación e información, no solamente para anunciar los resultados de su administración, sino también para coordinar, dar órdenes y dictar lineamientos relacionados con sus planes y metas de gobierno.

Con la incorporación del mandatario venezolano a la red social Twitter, pese a lo limitado de lo que se pueda exponer, también empleó los 140 caracteres para

escribir sobre la gestión pública teniendo en cuenta las características que en el plano comunicacional caracteriza esta red y que muy bien lo indica Orihuela (2012):

[...] Los gobiernos, al igual que las empresas y en general las instituciones, están utilizando la red del microblogging para ser más transparentes, estar más cerca de los ciudadanos y responder con mayor celeridad a los picos de demanda de información que se generan en situaciones de crisis. (p.174)

Y efectivamente en el caso venezolano el mandatario nacional se empoderó de Twitter con la intención de estar en contacto con sus gobernados y sobre todo con sus seguidores, por un nuevo canal o medio de comunicación.

De tal manera que se consideró pertinente en la presente investigación analizar el uso que hizo de la cuenta @chavezcandanga el propio mandatario Hugo Chávez para hablar de su gestión de gobierno análisis que se basa en los atributos empleados para referirse a una de sus funciones como es ser el responsables de la coordinación de la gestión pública.

Se infiere que al mandatario nacional al informar sobre la gestión pública a través de los medios tradicionales y de una novedosa red social como Twitter, lo hacía teniendo en cuenta lo que establece la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela en la sección Segunda de la Administración Pública

Por definición, la función ejercida por la Administración Pública, está sujeta al servicio del público o interés general, por ende debe estar al servicio de la ciudadanía, sin ningún tipo de distinciones, de privilegios o discriminaciones [...] es por ello que se precisan los principios que deben fundamentar a la Administración Pública, los cuales no requieren de mayor explicación: honestidad, participación, celeridad, eficacia, transparencia, rendición de cuentas y responsabilidad (pp. 52 /53)

Y sobre los aspectos señalados en la Carta Magna que deben caracterizar la Administración Pública se refirió a través de Twitter el mandatario nacional en reiteradas oportunidades.

Y tal y como lo sentencia Orihuela (2011c):

Cuando los gobiernos utilizan Twitter para anunciar la declaración del estado de excepción (Ecuador) para comentar los resultados electorales (Venezuela) o para bloquear a organizaciones críticas (España), es que ha llegado la hora de comenzar a prestar más atención a la voz de las instituciones públicas en los nuevos canales de comunicación y a las conversaciones que se producen entre ellas en los medios sociales [...] (p. 174)

Fueron numerosos los anuncios que hizo el presidente Hugo Chávez como jefe de la Administración Pública a través de la red social Twitter que se convirtieron en noticia casi de manera simultánea a como fueron publicados.

Un militar que no descuidó sus cualidades políticas

Si un aspecto caracterizó a Hugo Chávez Frías desde febrero del 92 hasta su última aparición pública el 8 de diciembre del 2012 fue su habilidad como político, cualidad reconocida por sus adversarios y exaltada por sus seguidores.

Manejando el concepto de política de Mújica (1987):

Como arte, técnica o praxis, la política designa aquella actividad humana que procura el poder con vistas a mantener, reformar o cambiar un determinado orden de convivencia. El fenómeno político abarca todo lo relacionado con el gobierno dentro de una determinada sociedad; es decir, las relaciones de poder, las formas de organización del gobierno, las leyes, las diversas formas de lucha por el poder y el gobierno, doctrinas, ideologías y programas. (p. 110)

Chávez que llegó al poder presentándose como el renovador de la política venezolana por ir contra el llamado Pacto de Punto Fijo, durante los catorce años de gestión pregonó sus ideales políticos desde sus tribunas públicas bien fuera en actos oficiales como Jefe de Estado o como líder político y presidente de su partido político (primero MVR y luego Psuv)

Ramos (2009) se refiere a este proceso con las siguientes palabras:

El ascenso de Chávez y del chavismo al poder en 1999 marcó para Venezuela el comienzo de una etapa de cambios cruciales, políticos sociales, cargada de significativas repercusiones para el futuro. Una etapa, que de acuerdo con el discurso de los principales actores, habría de comprender un doble proceso: el del desplazamiento de los actores hegemónicos del sistema político precedente, por una parte, y la modificación sustancial de la regla del juego político, por otra. (p. 52)

Y para consolidar el proyecto político Hugo Chávez tuvo entre sus columnas vertebrales el uso de los medios de comunicación masivos como no lo había hecho ningún otro mandatario, lo cual reforzó con el empleo de las redes sociales, bajo la premisa de Corredor, (2003)

La expansión de Internet ha provocado cambios en las pautas tradicionales de la política, configurando lo que podríamos denominar la ciberpolítica. Las redes informáticas se han constituido en un medio de gran utilidad para lograr la cohesión y la eficacia del mensaje porque permite la comunicación bidireccional o multidireccional en tiempo real a menor costo. (p. 9)

En sus mensajes a través de Twitter el mandatario nacional no descuidó el Pensamiento Político teniendo en cuenta lo que establece Fernández (2004) “debe considerarse la política como todo esfuerzo sistemático que se lleva a cabo en cualquier parcela del campo social, que tenga como fin arrastrar a otros hombres a la búsqueda del fin” (p. 27) en el caso del mandatario el fin era permanecer en el poder y lograr los cambios que consideran convenientes para llevar a Venezuela hacia el socialismo, proyecto quien siempre pregonó.

Ya lo dijo lo dijo a través de VTV (2011) el mandatario nacional:

Los mecanismos tecnológicos no pueden estar en manos de la burguesía. Debe estar en la mano la sociedad, la batalla ideológica, por lo que soy un navegante de este mundo de la tecnología para la batalla social. [...] La revolución en todas las áreas.

Con las anteriores palabras y otras similares el mandatario nacional conminó a sus seguidores a dar la batalla de las ideas a través de todos los medios entre ellos el microblogging Twitter y reconoció el 15 de mayo de 2010 (Prensa Presidencial 16 de mayo de 2010) a un poco más de una quincena de estar abierta su cuenta que “esto me ha dado más trabajo del que tenía, pero me gusta, porque recibo información y puedo responder; me ayuda el equipo a dar soluciones, pero sobre todo puedo interactuar, es una revolución de verdad”.

No descuidó, por el contrario fortaleció a través de @chavezcandanga sus pensamientos políticos y así transmitir la ideología bolivariana, la revolución, las ideas de izquierda, antiimperialistas, anticapitalistas no sólo a los venezolanos sino a todos quienes seguían la cuenta más allá de las fronteras, siempre teniendo como norte recoger los frutos políticos.

La palabra política Bobbio (1983) que se deriva del “del adjetivo de polis (politikós) que significa todo lo que se refiere a la ciudad, y en consecuencia ciudadano, civil, público y también sociable” no podía estar ausente de esa batalla de ideas políticas a la que llamó constantemente Hugo Chávez como presidente y como líder político.

CAPÍTULO III

APUNTES SOBRE EL MARCO METODOLÓGICO

El presente estudio toma como referencia la investigación cualitativa. El motivo es porque ésta le permite al investigador adaptarse a aspectos relacionados con la vida de las personas, lo cual implica: su historia, comportamientos e incluso sus formas de organización que los lleva a establecer relaciones particulares. Conceptualmente Hernández, Fernández y Baptista (2006), definen la investigación cualitativa como aquella que proporciona: “profundidad a los datos, dispersión, riqueza interpretativa, contextualización del ambiente o entorno, detalles y experiencias únicas” (p. 21). Esa profundidad y riqueza interpretativa es la que le permite al investigador desarrollar preguntas y elevar los criterios en términos de importancia a fin de asegurar un acercamiento al objeto de estudio.

Es importante reconocer que la definición de la investigación cualitativa, se refiere a los seres humanos y que en palabras de Strauss y Corbin (2004), será entendida como:

Cualquier tipo de investigación que produzca hallazgos a los que no se llega por medio de procedimiento estadístico u otros medios de cuantificación. Puede tratarse de investigaciones sobre la vida de la gente, las experiencias vividas, los comportamientos, emociones y sentimientos, así como el funcionamiento organizacional, los movimientos sociales, los fenómenos culturales. (pp.11-12)

En la presente investigación se estableció una relación y contacto directo con el objeto de estudio, como es la figura del expresidente Hugo Chávez y la imagen que construye de su pensamiento político, sus ideas bolivarianas, su gestión de gobierno y su protagonismo mesiánico, en los tweets emitidos a través de @chavezcandanga, mediante un proceso de interpretación y análisis una vez obtenida toda la información. Bajo esta perspectiva, se toma el análisis de contenido para ubicar las

categorías que permitirán realizar el estudio del discurso de Chávez en su contexto interpretativo de acuerdo a los significados que arroje.

Enfoque teórico: el Interpretativismo

Una vez definido que el tipo de investigación desde lo cualitativo, se tomó como referencia el enfoque denominado por los expertos como el Interpretativismo. Dicho enfoque es apropiado por cuando este estudio exige como lo denomina Martínez (2004): “Un cierto nivel de empatía, compartir de alguna manera estados mentales del otro, tener una experiencia o vivencia vicaria” (p. 117). Es decir, busca la comprensión por parte del investigador del significado de los fenómenos sociales estudiados, en este caso la construcción que hace el presidente de su figura y su relación con el entorno con el cual interactúa.

El Interpretativismo, permitió establecer analogías entre el objeto de estudio y su contexto, es decir, entre el papel del ex Presidente como twitero, haciendo uso de la interpretación, análisis y explicación de los mensajes desde una perspectiva mucho más precisa en cuanto los significados aportados por Chávez pues, como lo explica Martínez (2004): “Busca una interpretación que sea intersubjetivamente válida para las personas que comparten el mismo mundo en un momento de la historia” (p.112).

Es importante aclarar, que otra de las razones por las que se tomó como referencia el Interpretativismo, como lo explica (Martínez, 2004), es porque los patrones que guiaron la investigación, permitieron la autonomía del objeto y, en todo caso, el investigador no forzó para que ocurrieran los fenómenos y de ninguna manera realizó proyecciones sobre éste, sino que por el contrario lo convirtió en la fuente y el criterio del significado articulado (p.113).

El papel del investigador es el de tratar de entender de manera más humana y razonable los fenómenos estudiados. Por tal razón, el Interpretativismo orienta la atención a situaciones sustantivas (pensamientos, sentimientos, emociones) de las cuales se obtuvieron nuevos conocimientos porque provienen de información que sólo conoce el sujeto en estudio, se realiza un análisis profundo y, por ende, puede el investigador familiarizarse con el fenómeno en detalle, en ese caso, expresado en los

tweets en toda su complejidad, asumiendo una posición objetiva al momento de establecer las analogías, tal y como Martínez (2004) destaca:

Debe adquirir la mayor familiaridad posible con el fenómeno en toda su complejidad y sus conexiones históricas. La validez de una investigación aumenta si el investigador se aproxima muy de cerca a la vida y experiencia las personas que estudia, a los lugares y personas que frecuentan y, en general, a todo lo que tiene alguna significación especial en sus vidas (p. 113).

Modalidad del estudio: de campo descriptiva

El estudio se llevó a cabo bajo la modalidad descriptiva y los resultados contribuyeron a enriquecer la comprensión de la problemática; dicha modalidad fundamentó una investigación de carácter descriptivo, la cual según Arias (2004): consiste en: “La caracterización de un hecho, fenómeno o grupo con el fin de establecer su estructura o comportamiento” (p.22). Desde la modalidad descriptiva de la investigación, se explicó el fenómeno en su contexto, el cual se describió y analizó con el propósito de entender su naturaleza y los factores que lo constituyen.

Diseño de la investigación

El diseño de la investigación es de verdadera importancia en el presente estudio dado que permitió establecer los parámetros a seguir para obtener la información.

La investigación se realizó en un periodo de tiempo dividido en tres etapas: de mayo-julio 2010, de enero-marzo 2011 y de septiembre-noviembre 2012, tiempo durante el cual se observan mensajes de significativa importancia dentro de un contexto político y social muy específico como, por ejemplo: el primer trimestre, por el estreno de la cuenta @chavezcandanga; el segundo trimestre, por sus movimientos políticos y gestiones de gobierno y, finalmente, el tercer trimestre analizado, en medio del cual existía gran expectativa generada como producto del cierre de campaña y la salud de Chávez, quien para ese momento vivía el reto de un cáncer terminal. Todo ello indica también que esta investigación puede calificarse como transeccional, por cuanto toma los datos en un tiempo y un momento determinado, tal

y como ya se explicó que en total son los 1824 mensajes emitidos en la cuenta analizada.

Se tomó el tipo de diseño descriptivo, que permite indagar, categorizar y tener una visión precisa del objeto de estudio; y al mismo la investigación se desarrolló de manera minuciosa lo cual posibilita Albert (2007): “ un acercamiento de carácter informal al escenario que se realiza a través de la recogida de información previa sobre el mismo” (p.163).

Asimismo, se tomaron *categorías* las que para efectos del presente estudio según Hernández, Fernández y Baptista (2006), son definidas como: “Temas, de información básica identificados en los datos para entender el proceso o fenómeno al que hacen referencia” (p. 689). Dichas categorías permiten estudiar procesos y fenómenos como en este caso. De igual manera, se toma en cuenta el diseño sistemático mediante el uso de codificación abierta porque según la define Hernández, Fernández y Baptista (2006):

El investigador revisa todos los segmentos del material para analizar y genera –por comparación constante- categorías iniciales de significado. Elimina así la redundancia y desarrolla evidencia para las categorías (sube el nivel de abstracción). Las categorías tienen propiedades representadas por subcategorías, las cuales son codificadas (las subcategorías proveen detalles de cada categoría) (p. 688).

Para el análisis precedente se tomará como referencia el análisis de contenido como método de análisis, el cual es definido por Ascanio (2010), como: “conjunto de procedimientos interpretativos y técnicas de comprobación y verificación de hipótesis, aplicados a los denominados productos comunicativos (mensajes, textos, discursos) o a interacciones comunicativas, que previamente registradas constituyen un documento” (p.15).

Expresa Ascanio (2010), que el análisis de contenido, no es otra cosa que extraer y procesar datos relevantes sobre las condiciones mismas en las que se ha producido la comunicación, y que como en el caso en estudio, los que están directamente vinculados con las ideas manejadas por Hugo Chávez en sus tweets. A

tal efecto, dichos mensajes e ideas, encierran una forma de comunicación con significado y por ende dirigido a otra persona o grupo de personas de manera directa, con intención, de manera masiva, que para la ciencia política podría tener consecuencias persuasivas directas e indirectas, mientras que por la naturaleza de la audiencia anónima y heterogénea tiene un alcance en las opciones de conducta.

Sin embargo, apunta Ascanio (2010), que con el uso de la técnica de análisis de contenido se podrían analizar:

Los significados de las palabras y frases [...] e igualmente la correspondencia de significados, pero de forma sistemática; es decir, se llegan a establecer primero temas o materias cuantificables, con el fin de lograr pistas y tendencias sobre la comunicación (una visión global y superficial del asunto), y luego se agrupan los temas en cierto número de categorías preestablecidas (según la unidad de análisis seleccionada, bien sea palabras, frases, párrafos, etc.) pues el sistema de categorías depende de la definición a priori que se haga de un conjunto de hipótesis. (p. 49)

El análisis precedente, orienta el trabajo a seguir para efectos del presente estudio, desde la referencia del objetivo general que intenta: analizar la imagen que construye Hugo Chávez de su figura presidencial en relación con el pensamiento político, su pensamiento mesiánico, sus ideas sobre gestión pública y las ideas bolivarianas que subyacen en los mensajes de los tweets @chavezcandanga. Por tal motivo, las variables sobre las que se precisó la imagen que se emitió en los tuits fueron las cuatro mencionadas. Sobre ellas se elaboró una lista de calificativos dados, a partir de frases o adjetivos que valoraban las variables: pensamiento político, mesianismo, bolivarianismo y gestión pública. Luego, esos calificativos se agruparon (ver tabla 3.1) cuando las frases o adjetivos tenían semejanza con la definición dada al atributo. Así, por ejemplo, la categoría **guerrero** se registra cuando Chávez ofrece palabras o frases del argot de la guerra: la batalla, de la lucha, **anti imperialista**, cuando se declara en contra del imperio, del capitalismo internacional, de los empresarios que se enriquecen en contra del pueblo y, entre otros, **cristiano**, cuando

se declara cristiano explícitamente, cuando invoca a Dios, Cristo, el Redentor, algún Santo o Virgen.

Tabla 3.1

Atributos registrados en los tweets emitidos por Hugo Chávez

Atributo	Definición
Guerrero	Que tiene genio marcial y es inclinado a la guerra.
Militarista	Perteneciente o relativo a la milicia o a la guerra, por contraposición a civil.
Socialista	Que profesa la doctrina socialista que es el sistema de organización social y económico basado en la propiedad y administración colectiva o estatal de los medios de producción y en la regulación por el Estado de las actividades económicas y sociales, y la distribución de los bienes.
Dialogante	Persona que interviene en un diálogo
Coordinador	Concertar medios, esfuerzos etc., para una acción común
Eficiente	Capacidad de disponer de alguien o de algo para conseguir un efecto determinado.
Autocrítico	Juicio crítico que se realiza sobre obras o comportamientos propios.
Democrático	Perteneciente o relativo a la democracia. Doctrina política favorable a la intervención del pueblo en el gobierno.
Promesa	Expresión de la voluntad de dar a alguien o hacer algo por él.
Patriota	Persona que tiene amor a su patria y procura todo su bien.
Anticapitalista	Contrario al capitalismo.
Izquierdista	Conjunto de personas que profesan ideas reformistas o, en general, no conservadoras.
Bolivariano	Perteneciente o relativo a Simón Bolívar, militar venezolano, o a su historia, su política etc.
Antiimperialista	Oposición al imperialismo.
Cristiano	Que profesa la fe en Cristo.
Orden	Colocación de las cosas en el lugar que les corresponde.
Agenda	Relación de los temas que han de tratarse en una junta o de las actividades sucesivas que han de ejecutarse.

Tabla 3.1 (cont.)

Atributos	Definición
Ejecución	Ejecutar, llevar a la práctica, realizar.
Mandato	Orden o precepto que el superior da a los súbditos.
Justiciero	Que observa y hace observar estrictamente la justicia.
Emotivo	Sensible a las emociones
Sacrificio	Acto de abnegación inspirado por la vehemencia del amor
Muerte	Cesación o término de la vida.
Salvador	Según la fe cristiana, el hijo de Dios hecho hombre.
Valiente	Eficaz y activo en su línea física o moralmente.
Invencible	Que no puede ser vencido.
Redentor	Según la fe cristiana, el Hijo de Dios hecho hombre.
Integracionista	Partidario de la integración, especialmente política y racial.
Revolucionario	Perteneciente o relativo a la revolución que es el cambio violento de las instituciones políticas, económicas o sociales de una nación.
Libertario	Que defiende la libertad absoluta y, por lo tanto, la supresión de todo gobierno y de toda ley.
Administración	Organización ordenada a la gestión de los servicios y a la ejecución de las leyes en una esfera política determinada, con independencia del poder legislativo y el poder judicial.
Mártir	Persona que padece muerte por amor de Jesucristo y en defensa de la región cristiana.
Ideario	Repertorio de las principales ideas de un autor, de una escuela o de una colectividad.

Técnicas de recolección de datos

Rusque (2007) define la aplicación de las técnicas como: “La instancia metodológica según la cual el investigador recibe o toma los datos sobre el mundo real, asumiendo que éste es observable por todos los sentidos” (p. 177). Al respecto, la investigadora tomó como referencia los elementos obtenidos sin solicitarlos al participante de manera directa y los asumió como mensajes reales o unidades de análisis, los cuales según Hernández, Fernández y Baptista (2006): “Pueden ser analizados para conocer sentimientos, experiencias, deseos, vínculos y otros aspectos” (p. 617). En este caso en estudio, se tomaron los 1824 mensajes enviados por Twitter por el mandatario nacional, registrados en cuadros uno a uno en su momento por la investigadora y ordenados por fechas y años. Tales elementos sirvieron posteriormente de base para, en primer lugar, obtener la muestra de estudio definitiva, en segundo lugar, para generar nuevos hallazgos comparativos y análogos.

Es importante aclarar que el universo estudiado se corresponde con los tweets emitidos en la cuenta @chavezcandanga desde su creación: 28 de abril de 2010, hasta el último tweets registrado en esa cuenta: el 20 de enero de 2013. Asimismo, la población elegida para el estudio se corresponden con los mensajes registrados en esa cuenta durante los tres trimestres seleccionados (de mayo-julio 2010, de enero-marzo 2011 y de septiembre-noviembre 2012) y, finalmente, la muestra tomada para el estudio fueron los Tweets que fueron publicados en el lapso de tiempo elegido pero con la condición de que mostraran la presencia de las cuatro categorías o atributos que asignó el emisor del mensaje (Chávez) a las variables establecidas de antemano para el estudio (pensamiento político, pensamiento bolivariano, mesianismo y gestión pública).

El escenario

La investigadora efectuó copias de los mensajes mediante la captura en pantalla, en lo que comúnmente se denomina “copia y pega” de los escritos o mensajes. Durante el tiempo en que se desarrolló este trabajo, cabe destacar que el mandatario nacional se encontraba vivo, pero con la novedad y expectativa de su

enfermedad acompañado de sus continuos viajes a La Habana, Cuba, y la posterior decisión de someterse a la intensa campaña política que lo llevó a ganar las elecciones con un cierre de su viaje indefinido nuevamente a Cuba.

En el escenario planteado, los datos se fueron copiando en documentos Word y luego se plasmaron en unas matrices creadas por la autora de acuerdo al objetivo de la investigación, siguiendo un orden cronológico, pero además, se fueron ordenando en las categorías que según el objeto de estudio.

Criterios de la investigación del sujeto de estudio

La selección del sujeto de estudio, el ex presidente Hugo Chávez, obedece a la relevancia política del momento frente al mundo que permanecía atento a todos sus pasos y que se vigorizó con la entrada al microblogging twitter.

El criterio de selección intencional, se apoyan en los planteamientos expuestos por Martínez (2004), quien menciona de manera mucho más detallada que:

Para llegar a la identificación de una estructura humana (psíquica o social) más o menos generalizables, debemos localizar primero esa estructura en individuos o situaciones particulares mediante el estudio y la captación de lo que es esencial o universal, lo cual es signo de lo necesario. La captación de esa esencia depende más de la agudeza intelectual que del uso de la técnica”. (p.42)

En este criterio de selección intencional, como lo aclara Martínez (2004), tiene sus propias particularidades: “con vida propia, como es una persona, una institución, una etnia, un grupo social, etc.” (p. 83), imponiendo la selección de un solo informante clave: Hugo Rafael Chávez Frías, presidente de la República Bolivariana de Venezuela.

Etapas del Proceso

La investigación se desarrolló siguiendo las etapas de un proceso cualitativo, bajo el método fenomenológico guiados por Martínez (2004) en: etapa previa, etapa descriptiva, etapa estructural, discusión de resultados.

I Etapa Previa: Clarificación de los Supuestos.

Desde esta perspectiva, la etapa previa consistió en la reflexión por parte de la investigadora sobre el análisis del fenómeno en cuanto a: papel de comunicador de Hugo Chávez a partir de su pensamiento político, bolivariano y mesiánico en su momento y que conducen a la argumentación y construcción de los nuevos significados.

Dicha actividad, se desarrolló mediante la recolección de la información emitida en los twitter de manera sistemática.

II Etapa: Descriptiva

Por su parte, en la etapa descriptiva del fenómeno el investigador centró su atención en la información recogida de una forma completa y sin prejuicios, además, de reflejar la realidad y su situación, a partir de los formatos diseñados para el registro de información.

III Etapa: Estructural

Primer paso: Revisión de la información obtenida

Martínez (2004) sugiere para la organización inicial de la información, el análisis de contenidos y categorización, el siguiente procedimiento:

- a. Transcripción detallada de las informaciones reportada.
- b. Se procedió a elaborar cuadros con los mensajes para ser procesados mediante Word. Mantener un registro sistematizado de las informaciones, que permitieron en la etapa de análisis, generar categorías, sub categorías también

denominadas en esta investigación atributos y redes que dieron respuesta a los objetivos planteados .

IV Etapa: Discusión de los resultados

La discusión de resultados se realizó atendiendo a las categorías y sub categorías obtenidas durante el análisis. Dichas categorías se agruparon en redes temáticas que revelaron el significado que se le atribuye a pensamiento político, pensamiento bolivariano y mesianismo. Finalmente, La investigadora disertó a la luz de la fundamentación teórica del objeto de estudio los resultados hallados.

V Etapa: resultados y conclusiones

El informe final de los resultados concretó triangulando las interpretaciones de las bases teóricas, los antecedentes del estudio y la información dada por los resultados obtenidos en el análisis aplicado a los discursos. Se emplearon redes temáticas constituidas por las categorías y sub categorías que emergieron del trabajo de campo, acompañadas de las interpretaciones efectuadas por la investigadora.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS DE RESULTADOS

En este apartado se presentan los resultados obtenidos que se derivan del análisis de la muestra seleccionada en 1824 tweets que el expresidente venezolano Hugo Chávez Frías escribiera en su cuenta@chavezcandanga, desde que se inició en la red social hasta días antes de fallecer. Se analiza entonces la imagen que construyó el Presidente de su figura como primer mandatario nacional en relación con su pensamiento político, su gestión pública, su pensamiento mesiánico y su pensamiento bolivariano.

Los resultados se presentan en dos niveles de análisis. El primer nivel revela el pensamiento del mandatario Hugo Chávez expuesto en cantidades en las cuatro variables durante los tres trimestres 1) de mayo a julio de 2010; 2) enero a marzo de 2011; 3) septiembre- noviembre 2012 (véase figura 3).

Relación por total de Tweets y la muestra analizada



Total Tweets	Nº	%
2010-2013	1824	100
Tres Trimestres	746	40,89
Cuatro Categorías analizadas	349	19,13

Fuente: Labrador, O (2014)

Figura4.1. Total de tweets encontrados en la muestra analizada

Los resultados muestran el número de mensajes emitidos por el entonces presidente Hugo Chávez así como el número y porcentaje contenidos en las cuatro categorías, durante los tres trimestres en relación con el total de tweets escritos durante los tres años que la cuenta estuvo en movimiento y que coincide con un mes antes de morir el mandatario.

El segundo nivel, muestra la cantidad y la frecuencia de atributos empleados en cada una de las cuatro categorías analizadas con lo que se evidencia qué subcategorías fueron más usadas en cada trimestre para exponer las ideas en la presente investigación analizadas.

En el tercer nivel se analizan los atributos o subcategorías que empleó el presidente Chávez en cada uno de los tres trimestres analizados en su cuenta en Twitter a través de la triangulación de los resultados de dichos atributos.

Primer nivel de análisis

Se presentan el número de mensajes emitidos a través de la cuenta Twitter @chavezcandanga en los tres trimestres escogidos:

1. De mayo a julio de 2010. Es el inicio de Hugo Chávez como presidente de la República en la red social.
2. Enero a marzo de 2011. Período en la cuenta de Hugo Chávez incorporándole donde le incorpora más opiniones políticas y gestión de gobierno.
3. Septiembre-noviembre 2012. Es un trimestre en que el Presidente ya se encontraba convaleciente y se estaba frente a la recta final de la campaña electoral.

Se determinó el total de mensajes enviados por el presidente Hugo Chávez durante los tres trimestres en estudio para luego analizar los contenidos en cada uno de los tweets en cuatro variables: pensamiento político, su gestión pública, su pensamiento mesiánico y su pensamiento bolivariano y posteriormente se presenta la cantidad y la frecuencia de cada uno de ellos en los tres trimestres.

Al describir las tablas se podrá observar la frecuencia y porcentaje que Hugo Chávez dedicó a exponer sus ideas políticas, su gestión pública, sus ideas mesiánicas y bolivarianas así como el porcentaje total de mensajes de toda índole expuestos en cada trimestre en relación al total de mensajes escritos en cada trimestre y con el total de tweets escritos durante los tres años que estuvo la cuenta con actividad por parte de su titular.

Segundo nivel de análisis

En este segundo nivel de análisis, se determinaron los atributos o juicios que el mandatario nacional emitió en cada una de las cuatro categorías analizadas. Mientras que las subcategorías o atributos fueron agrupadas en las categorías que tuvieran frases o palabras con un significado similar, por ejemplo en estos dos tweets predomina la categoría revolución: *@juvebtudrevelde. Hola Juventud calaboceña-guariqueña!! Viva la Revolucion!! @Aleja03. Bueno Aleja, yo respeto mucho tus opiniones, y agradezco infinito tu lealtad revolucionaria!!* Es importante destacar que algunos tweets tienen una o más subcategorías, es decir, en los 140 caracteres de un solo pensamiento el presidente Chávez Frías emplea varios atributos o subcategorías para referirse a un tema.

En cada tabla se podrán observar los atributos empleados por Hugo Chávez al hablar de política, de la gestión pública, del mesianismo y del bolivarianismo así como el número de veces que en cada uno de los tres trimestres estudiados empleó los atributos o juicios y el porcentaje que le correspondió a cada palabra o juicio en la muestra analizada. En este segundo plano del análisis, se compara cómo fueron variando en cantidad los mensajes emitidos durante los tres trimestres estudiados así como la variación en cantidad de los atributos con los que expresaba sus ideas. Cada atributo se presenta con sus porcentajes por lo que se determinan los atributos (socialismo, revolución, diálogo, eficiencia, antiimperialismo, entre otros) empleados para exponer las ideas del presidente Chávez Frías.

Para ejemplificar varios de los mensajes, se escriben algunos de los tweets de la cuenta @chavezcdanga.

Tercer nivel de análisis

En este tercer nivel se analizan los atributos que empleó el presidente Hugo Chávez en cada uno de los tres trimestres analizados. Resulta pertinente conocer cuáles atributos usó al referirse a las cuatro categorías estudiadas y hacer la triangulación necesaria para obtener los resultados de la muestra e identificar cómo se refería a sus pensamientos y su gestión.

Análisis de los Niveles

Primer Nivel: ¿Cuánto escribió en cada uno de los tres trimestres?

En la cuenta de la red social Twitter @chavezcandanga el presidente Hugo Chávez escribió 1824 mensajes, desde el 28 de abril de 2010, cuando debutó con su primer Tweet hasta el 18 de febrero del 2013 cuando fue publicado el último Tweet antes de morir.

Con su inicio en Twitter, el mandatario nacional comienza lo que Castell (2012a) denomina “autocomunicación de masas (...) porque el emisor decide el mensaje de forma autónoma, designa a los posibles receptores y selecciona los mensajes de las redes de comunicación que quiere recuperar” (p. 24). Chávez entendió que como político tenía que estar en Twitter dado que le representaba nueva plataforma para comunicar sus ideas, sus decisiones, sus críticas y así alcanzar a muchos destinatarios con solo escribir 140 caracteres.

En la tabla 4.1 que corresponde al período 2010 – 2013, se pueden observar que de un total de 1824 tweet en @chavezcandanga, 746 fueron escritos en los tres trimestres seleccionados para la investigación (1^{ero}. mayo a julio de 2010; 2^{do} enero a marzo 2012 y 3^{ero}. septiembre a noviembre de 2012), sin embargo, se contabilizaron solo 349 mensajes (ver tabla 4.2) que contenían las cuatro categorías (mesianismo, bolivarianismo, pensamiento político y gestión pública) de las que se ocupa este estudio.

Tabla 4.1***Total de tweets publicados por trimestre***

2010	Tweets	2011	Tweets	2012	Tweets
Mayo	404	Enero	5	Septiembre	35
Junio	108	Febrero	73	Octubre	44
Julio	65	Marzo	8	Noviembre	4
Total	577		83		86

Como se podrá observar, el mandatario venezolano escribió en los tres trimestres seleccionados en la investigación, 40,89 % del total de los tweets durante el período de tiempo que su cuenta se mantuvo en movimiento.

La tabla 4.1 evidencia que en el primer trimestre escribió un total de 577 lo cual representa una fuerte tendencia en el mayor número de mensajes escritos, de los cuales el mes de mayo, fecha en la que inició el empleo de la cuenta Twitter, es el mes que mayor número de mensajes publicó, al alcanzar un total de 404 de los 577 tweets divulgados. Mientras que en el tercer trimestre se observan 86 tweets y en el segundo trimestre analizado solo se publicaron 83 Tweets, lo cual indica un descenso significativo en lo que a número de Tweets se refiere.

Corresponde mencionar dos particularidades para el primer trimestre de mayo-julio 2010, la primera con la entrada del mandatario en la red social mientras que para el tercer trimestre de septiembre-noviembre 2012 destaca la campaña electoral y elecciones en la que Hugo Chávez fue candidato y al mismo tiempo presidente. En la tabla 4.2 se evidencia que el mandatario escribió en los tres trimestres sometidos a investigación 40,89 % del total de los tweets durante el período que estuvo la cuenta en movimiento y de estos el 19,13 % se ubican en las categorías de pensamiento

político, gestión pública, mesianismo y bolivarianismo y en relación con el total publicados durante los tres trimestres en estudio.

Tabla 4.2

Relación por total de Tweets y la muestra analizada

TotalTweets	Nro.	%
2010-2013	1824	100
Tres trimestres	746	40, 89
Cuatro categorías analizadas	349	19, 13

Como lo muestra la tabla 4.3, la categoría que obtuvo mayor número de menciones en los tweets analizados fue la gestión de gobierno, especialmente en el primer trimestre que alcanzó 158 mensajes, mientras que de menor número de registros es la categoría de pensamiento mesiánico. Como lo plantea Orihuela (2011) “compartir información con gente a la que le importa mediante mensajes de texto de hasta 140 caracteres es sólo la mitad. Acceder en tiempo real a la vida de la gente que te importa es la otra mitad” (p. 21). A tal efecto, Hugo Chávez entendió la importancia de dirigirse con sus propias palabras por escrito, no sólo a sus parciales sino también a sus adversarios.

Tabla. 4.3

Categorías en los tres trimestres

	2010 mayo-julio	2011 enero-marzo	2012 septiembre- noviembre
Pensamiento político	62	20	29
Gestión de gobierno	158	16	11
Pensamiento mesiánico	17	1	3
Pensamiento bolivariano	19	5	8
Total por trimestre	256	42	51

Durante los meses de mayo a julio de 2010 el entonces mandatario venezolano, usó la red social Twitter en casi todos los actos públicos y fue notorio verlo interactuar con sus seguidores a través de un teléfono Blackberry e invitar a sus parciales a tomar la red como otra “trinchera” de batalla. Se detecta que de los 577 mensajes emitidos en el primer trimestre, 256 pertenecen a las categorías analizadas mientras que 62 se ubicaron dentro del pensamiento político, es decir, el mandatario Hugo Chávez Frías escribía de manera abierta en los 140 caracteres sobre contenido político.

Con respecto a la subcategoría gestión pública, el presidente escribió 158 mensajes convirtiéndose en el mayor de mayor número en este período de los tres analizados. Es necesario destacar que muchos de sus tweets fueron respuestas a las personas que le escribían al Jefe de Estado, por lo general en demanda de alguna ayuda como gobernante mientras que él uso lo que permite la tecnología en el Twitter para darles respuestas casi siempre direccionando a sus ministros la posible solución. Por otro lado, sobre el tema del mesianismo se ubicaron 17 mensajes, mientras que el pensamiento bolivariano estuvo presente en 19 mensajes.

Cuando de compartir mensajes se trata, la mayor interactividad entre Chávez y los usuarios se registró en los tres primeros meses analizados, vale decir, en los que

respondía personalmente no solo peticiones sino también cuestionamiento al modelo político –económico impuesto en el país.

Aunque Orihuela (2011b) considera que los políticos no disponen de tiempo para interactuar por las redes sociales, Hugo Chávez para ese entonces en funciones de presidente, durante este trimestre demostró, que sí se podía estar en contacto con los seguidores a través de las respuestas emitidas en los tweets que los seguidores le enviaban.

En el segundo trimestre estudiado (enero - marzo del año 2011) escribió un total de 256 mensajes, es decir, 214 mensajes menos que en las cuatro categorías analizadas en el trimestre inicial de 2010.

De esos 42 mensajes, el autor de @chavezcdanga dedicó 20 a plasmar su pensamiento político lo que equivale a 42 menos que en el trimestre del 2010. La diferencia entre los contenidos sobre la gestión pública fue notoria con 142 tweets menos, para un total de 16 mensajes relacionados con su pensamiento político. Además, un solo tweet tiene en este período vinculaciones con el pensamiento mesiánico lo que representa 16 mensajes menos que en el primer trimestre del año 2010 cuando abrió la cuenta.

De igual modo, sobre la categoría pensamiento bolivariano, Hugo Chávez Frías plasmó cinco mensajes que vienen a representar 14 menos que los tres primeros meses analizados. En este segundo lapso analizado se nota además una disminución, sustancial, de la emisión de tweets a casi un año de abrir la cuenta. Es de resaltar que en este primer trimestre del año 2011 aún no se conocía, públicamente, que el mandatario venezolano padeciera de cáncer. Comparativamente, en el trimestre analizado del 2012 correspondiente a septiembre - noviembre 2012, ya el presidente Hugo Chávez se encontraba en tratamiento contra el cáncer que padecía desde hacía un año, de tal manera que aunque su cuenta en Twitter estuvo activa nunca alcanzó el repunte en el número de mensajes que si se observaron en el 2010.

Otro de los aspectos que vale destacar es que este período también corresponde con la campaña presidencial en la que Hugo Chávez se midió con Henrique Capriles Radonski. Si bien es cierto, los mensajes dedicados al pensamiento político fueron 29

durante este trimestre, también son 33 mensajes menos que en el 2010 y en 9 la cantidad es mayor que la observada en el 2011.

Con respecto a la categoría de gestión pública solo once tweets fueron encontrados, lo que representan 147 menos que en el 2010 y 5 menos que en el trimestre de 2011, razón por la cual se podría afirmar que se nota una disminución del canal Twitter para informar asuntos relacionados con la gestión pública. De igual modo, solo tres contenidos estuvieron enmarcados dentro del pensamiento mesiánico que representan 14 menos que en el 2010 y 2 más que en el 2011.

Mientras que en la categoría pensamiento bolivariano se registraron 8 mensajes que significaron 11 menos que en el año 2010, pero tres más que en el período anterior que es el 2011.

Segundo Nivel: ¿Qué dijo en cada uno de los tres trimestres?

En este segundo plano se analiza el contenido de lo escrito por el mandatario en cada uno de los 140 caracteres durante los períodos de la investigación. Es importante acotar, que Hugo Chávez después del 2005 se mantuvo en lo que él dio en llamar: proyecto socialista en Venezuela y esta idea la manejó en sus discursos y presentaciones en todos los medios de comunicación social y la red social Twitter no fue la excepción.

Atributos utilizados por Chávez en el 2010

El socialismo presente en el pensamiento político de 2010.

Durante el primer trimestre analizado en el pensamiento político de Chávez la subcategoría o palabra de mayor frecuencia es socialismo. Lo que evidencia que de las 102 subcategorías extraídas de sus mensajes, empleó 20 veces el término **socialismo** (ver tabla 4.4).

Tabla 4.4***Pensamiento político 2010***

Atributo	Frecuencia	%
Revolucionario	19	18, 62
Guerrero	9	8, 88
Militarista	6	5, 88
Socialista	20	19, 60
Gestión dialogante	14	13, 72
Gestión coordinadora	6	5, 88
Gestión eficiente	2	1,96
Gestión autocrítica	1	0, 90
Democrático	9	8, 88
Gestión promesas	2	1, 96
Patriota	3	2, 94
Anticapitalista	6	5,88
Izquierdista	1	0, 90
Antiimperialista	3	2, 94
Cristiano	1	0, 90
Total	102	99, 84

Este período analizado coincide con el primer trimestre cuando el mandatario abrió la cuenta y en el cual registra mayor interactividad con los seguidores y es común que en muchos de sus tweets escribiera la palabra socialismo como consigna:

“El Reino de los Cielos debe ser construido aquí en la tierra. Con la ayuda de Dios y el trabajo de todos: es el Socialismo!”, “Hola Tums... Claro que es posible hacerlo también con las medicinas. Para allá vamos!! Eso es socialismo”, “Hola Martha! La igualdad es esencial para lograr la auténtica libertad. Solo en Socialismo será posible!!”.

Cabe recordar que en el 2005, el mandatario nacional en el V Foro Social Mundial, acuñó la frase socialismo al hablar de su gobierno y del futuro del país: “Hemos asumido el compromiso de dirigir la Revolución Bolivariana hacia el socialismo y contribuir a la senda del socialismo, un socialismo del siglo XXI que se basa en la solidaridad, en la fraternidad, en el amor, en la libertad y en la igualdad”.

Si la meta de Hugo Chávez era conducir el país hacia el socialismo –aunque luego le quitara la palabra siglo XXI- no es extraño, que escribiera en Twitter sobre uno de sus objetivos principales: el socialismo teniendo en cuenta que sus mensajes al instante se expandía por todos los medios de comunicación, nacionales e internacionales como noticias.

Al término socialismo le sigue en frecuencia y porcentaje **revolución** con 19 menciones para 18. 62%. En sus mensajes Chávez justificó por qué se hablaba en revolución y por qué era necesaria. Mientras que en su pensamiento político transmitido a través de @chavezcandanga, reforzó la idea de la revolución destacando que es solo en un proceso revolucionario que se dan las soluciones y se convierte en la única salida a la crisis del país.

“Posada Carriles y ni siquiera dan respuesta. Que hipocresía la de este mundo. Viva la Revolución, carajo!!”, “@juanbetter. Te llamaremos ya! Cap. Morales! Ojalá puedas ser un gran piloto revolucionario!” “están mis camaradas? Saben q la Revolución no las dejará desamparadas! Ya las contactamos”.

La palabra revolución, al igual que la de socialismo, fueron empleadas como consignas por el mandatario para colocarlas al final de otras ideas y por lo general

cuando le respondía a los usuarios en señal de que el camino, el futuro, el bienestar dependían del socialismo y la revolución.

En la subcategoría **diálogo** con sus seguidores, ocupó el tercer lugar de las analizadas. En este primer trimestre la gestión dialogante fue encontrada 14 veces para un total de 13,72 % que la emplea para interactuar con los seguidores, evidenciándose en la investigación que precisamente en el primer trimestre cuando el mandatario venezolano abrió la cuenta, cientos de personas usaron la red social Twitter para comunicarse con él y muchos obtuvieron respuestas.

“@JenniJC. JenniJC, cuenta conmigo. Te llamamos ya!! Vamos a ver en que tarea te ubicas para servir a la revolucion!! “@Christ_linares. Bueno Diosdado te llamará para llevar allí el plan barrio tricolor- Cuenten con la revolución!!”. Es en este tipo de respuestas a los usuarios, donde más se detecta que se emplean las palabras revolución y socialismo.

También se evidenció durante el análisis que en los 140 caracteres emitidos a través de la red identificada con el pájaro azul como un **guerrero** y con un total de nueve menciones para un 8,8 %, era común que llevara la jerga castrense al contenido político, así como con seis el 5,58 % recordó que él provenía de las filas militares pues igualmente usó símiles del mundo **militar** para trasladarlo a su pensamiento político.

“@mariajta. Venceremos, MariaJ!! Por favor, todos a integrarse ordenadamente a las PatrullasBolivar200!!”, # @PSUVXXI. Bueno camarada: vamos a la batalla, unidos, al 26Sept. Y participemos diariamente en la lucha vs la especulación!!”, “ Bueno camaradas, todos a integrarse a las Patrullas Bolivar200!! Ya ven cómo andan los escuálidos de desesperados! Hasta el cardenal salió!”.

Los anteriores mensajes son solo ejemplos de la vinculación de las palabras del mundo militar al plano político y, además, del empleo de las bondades del Twitter para girar instrucciones político-partidistas cuando se acercaban las elecciones parlamentarias de 2010.

Aunque para muchos analistas resulte paradójico el presidente Hugo Chávez también se presentó como **democrático**, la mayoría de veces instando a organizarse a sus copartidarios del Psuv a participar en las elecciones parlamentarias. *“Muy buenos días amigas y amigos. Como saben, me la juego con las bases populares. Nos vemos en las mesas electorales pues!! Venceremos!!”, “Joseponte vente con nosotros. El camino es el socialismo democrático! Vamos a construirlo chico!!”*. En tal sentido, el atributo **guerrero** como lo define Valecillos (2014) podría dibujar la imagen que el Presidente quiere dar de sí mismo:

Un hombre que reconoce el aporte de los demás, un mandatario religioso, de fe, un hombre con el cual se puede hablar pues su humildad, sus buenos sentimientos y su deseo de rectificar y oír las críticas se lo permite. Cualidades que se complementan con la imagen de hombre guerrero que obedece a planteamientos estratégicos, dispuesto a enfrentar las batallas necesarias para consolidar el proyecto emprendido. (p. 178)

Sus ideas **anticapitalistas** identificado como una de las subcategorías también estuvieron presentes en este primer trimestre con seis frecuencias *“@Eleangelabg Si, al menos 3 cosas: 1.Q el capitalismo es el reino de la injusticia.2.Q hay q acelerar al socialismo y 3.Se confía en alguien”* con este palabra reforzó la idea que el capitalismo era perverso para resaltar la tesis del socialismo. El mensaje **antimperialista** en las ideas políticas tuvo menor frecuencia tres apariciones para un 2,94 % de los tweets escritos.

Como el coordinador de gobierno escribió seis, siempre para dar respuestas a las tantas peticiones que recibió en busca de ayuda oficial *“@karlozjabier. Bien karlozj. Ya te va a llamar el min Edgardo Ramirez. Explícale por favor. La UNEFA es hija de la Revolución y la apoyamos!”*.

En este lapso analizado su gestión de gobierno obtuvo dos menciones con el calificativo de **eficiente**, mientras que la **autocrítica** solo tuvo una mención. El término **patriota** aparece tres veces (2,94%), mientras que la subcategoría **promesas**

(por lo general ofrecimientos de ayudar a las solicitudes y demandas de todo tipo que le hacían sus seguidores) está dos veces con 1,96%.

En menor grado el pensamiento de Hugo Chávez se presentó en este primer trimestre como de **izquierda** ya que esta categoría solo se menciona una vez con 0,90 % al contrario de las menciones de revolución y socialismo. “*Fue una dictadura de derecha*” escribió al responder un cuestionamiento.

Imagen que se dibuja de gestión pública durante el trimestre de 2010.

De los 1824 tweets escritos en la cuenta del presidente Hugo Chávez, es en este primer trimestre donde se estudiaron el mayor número de mensajes sobre la categoría denominada gestión pública, según el criterio del mayor número de respuestas dadas a sus seguidores de @chavezcandanga.

En este lapso el mandatario nacional Hugo Chávez demuestra en sus textos un acercamiento personal con sus seguidores, ratificando lo expuesto por Scolari (2008) “La aparición de una nueva generación de medios digitales interactivos, ya no basados en la lógica del broadcasting, sino en un modelo de comunicación totalmente innovador fundados en las redes y la colaboración de los usuarios, está desafiando nuestro conocimiento sobre los viejos medios de comunicación de masas” (s/p.).

Como se puede observar en la tabla 4.5, de los 334 mensajes ubicados en la categoría de gestión pública, 116 tienen la característica de estar en **la gestión dialogante**, es decir, un 34,73 % el mandatario nacional respondió a los seguidores que le escribían.

Así por ejemplo: “@Mundogon. Edmundo te llamamos ya! Buscaremos la manera de ayudarlos, aunque corresponde a la gobernacion escuálida” al respecto respondió muchas de la avalancha de solicitudes en materia de salud, vivienda, empleo, recursos que comenzaron a hacerle las personas al notar que él sí leía los mensajes y no era como las cartas que siempre le lleguen a asistentes y muchas veces no son respondidas.

Tabla 4.5***Gestión Pública 2010***

Atributo	Frecuencia	%
Promesa	15	4, 49
Gestión Dialogante	116	34, 73
Orden	115	34, 43
Anticapitalista	2	0, 59
Gestión coordinador	1	0, 29
Agenda	19	5, 68
Gestión Eficiente	19	5, 68
Socialista	5	1, 49
Revolucionario	10	2, 99
Patriota	3	0, 82
Ejecución	8	2, 39
Guerrero	2	0, 59
Gestión administración	12	3, 59
Mandato	2	0, 59
Justiciero	2	0, 59
Democrático	1	0, 29
Decisión	1	0, 29
Emotivo	1	0, 29
Total	334	99, 8

Casi parejo con el diálogo que mantuvo con sus seguidores Hugo Chávez emitió a través de su cuenta, 115 **órdenes** para un 34,43 % a sus ministros para atender los requerimientos sociales y económicos que por lo general le hacían.

“@lohanavirla. Epalohana!! Ministra Isis llamar urgente a esta amiga adolescente!!” “ @Esparzari. Oye Esparzari que no es ningun fastidio tu mensaje... Ya le digo al min. Tarek para investigar!! “, “Suerte amigo, . Hola Alejandra. Te vamos a ayudar amiga. Tarek llamar urgente!!”.

Como se podrá observar, estos son solo los tres mensajes de los 115, en los cuales Chávez como presidente de Venezuela gira instrucciones para que se solucione algún problema. Por otro lado, en este primer trimestre de los 349 tweets de la categoría gestión pública, 231 mensajes los dedicó para responder peticiones y dar **órdenes** a ministros, militares y jefes de organismos.

Castell es enfático al afirmar que en la sociedad, el poder es el poder de la comunicación y si alguien demostró que le gustaba ostentar ese poder y supo usarlo fue el mandatario Hugo Chávez, a quien Cañizales le atribuyó una “Presidencia Mediática”, de ahí que decidiera ser un activo twitterero para hablar de su gestión de gobierno en otra plataforma diferentes a los medios ya empleados.

Asimismo, como jefe de Estado Hugo Chávez Frías calificó como **eficiente** su gestión de gobierno, con 19 menciones (5,68 %), también en muchas ocasiones demanda acentuar esa eficiencia a sus ministros. Cabe destacar lo expresado por Vallecillos (2014):

El "Gobierno", recibe siete atributos, de ellos cuatro son cualidades y comportamientos habituales, dos son deberes y uno define las relaciones de "Gobierno" con otros actores (...). La presencia mayoritaria del rasgo Eficiente (más de la mitad del total) se observa cuando el Jefe de Estado se refiere a los logros alcanzados por su gobierno, cualidad que la contrapone a la ineficiencia de gobierno o gobiernos anteriores, prácticamente en el mismo porcentaje. El Deber de luchar contra la corrupción y el Deber de trabajar más son otros atributos de gobierno, como también lo son las cualidades de Revolucionario y Democrático. Al igual que el "Presidente", el “Gobierno” es un actor Aliado al pueblo (Pág. 183).

Con una frecuencia de 19 veces se evidencia, además, igual número al anterior en que dio a conocer a sus seguidores la **agenda** oficial que cumpliría en lo inmediato “@MANUELROJITO Hola Manuel. Aquí disfrutando del tremendo juego de softbol. Viva Venezuela!! Ah y saliendo para Cumbre ALBA Ecuador!!”.

A la subcategoría gestión pública referida a través de los tweets no faltaron las **promesas**, sobre todo, para darle respuesta directa a alguna petición de las miles que le hacían, por lo que hay 15 Tweets ubicados con el atributo de promesa.

“@fidel_vizcaino. Epa Fidel! Pues felicitaciones y vamos a ayudarte. Tarek: contactar!!” en este mensaje además de responder a un seguidor promete ayudarlo al tiempo que gira instrucciones al ministro Tarek Al Aissami para que se encargue de atenderlo.

Si de la gestión pública se trata, no estuvieron ausentes los mensajes relacionado con la **administración** para un 3,59 %, de los cuales hubo 12 tweets relacionados directamente con esta subcategoría, como por ejemplo: “Doilly mil besos. Hoy he tenido mucho trabajo. Acabo de revisar y aprobar varios grandes proyectos, entre ellos un canal Orinoco-Caribe.Besos”.

Con respecto a la subcategoría **revolución** en los mensajes destinados a la gran categoría gestión pública, también aparecen con una frecuencia de 10 para un 2,99 %. Mientras que la subcategoría **ejecución** le corresponden 8 menciones para un 2,39 %, pese a que en esta sección también se habla de la gestión pública, es decir, la ejecuciones tiene un porcentaje mucho menor que las promesas, que las órdenes y que los diálogos con los seguidores.

Asimismo, aunque en menor proporción que en la categoría política la palabra **socialista** no estuvo ausente en la gestión pública y se registran en una frecuencia de cinco veces.

El término **patriota** como subcategoría de análisis, es escrito tres veces, mientras que el **anticapitalista**, **guerrero** así como los **órdenes** a subalternos tienen dos (2) menciones respectivamente, lo que demuestra que pese a tratarse de la categoría de Gestión Pública el presidente Hugo Chávez no dejó de utilizar el lenguaje que lo caracterizó como político. Igualmente se registran 2 menciones para un 0,59 % que lo hace ver como un hombre **justo**.

Mientras que con solo una mención es decir 0,29 % se presentó en las subcategorías aquí analizadas como **democrático y emotivo**.

Uno de los aspectos de significativa importancia detectados en el presente análisis es la demostración de las miles de solicitudes que le hacían como presidente de Venezuela a Hugo Chávez Frías a través de su cuenta @chavezcandanga como la siguiente:

“Miren una cosa: esto es de verdad una avalancha. Por tanto, he decidido crear la MisiónChávezCandanga para atender y dar respuestas a todos!”.

Razón por la cual para el 7 de mayo a sólo 10 días de estar vigente la cuenta, tomó la decisión de crear la Misión Chávez Candanga, tal y como lo corroboró el mismo presidente en acto público reseñado por Correo del Orinoco:

La cuenta @chavezcandanga ya tiene más de 230 mil seguidores. El presidente presentó las estadísticas de mensajes que recibe a través de su usuario. El total de mensajes archivados durante la última semana es de 53 mil 968 mensajes. El 50% de los mensajes son de apoyo, un 18,4% desfavorables, 13,20% son solicitudes de ayuda, mientras que las denuncias representan un 9,28%.

Pensamiento mesiánico en el trimestre de 2010.

Al extraer el pensamiento mesiánico como categoría de análisis expuesto en la cuenta del presidente Hugo Chávez, se encuentra que lo escribió adjudicándole nueve atributos (véase tabla 4.6).

En los mensajes se muestra un mandatario nacional dispuesto a **sacrificarse** por el pueblo en un 28 % de los escritos, ubicados en esta categoría igualmente se identifica plenamente con **el cristianismo** en 24 % de los tweets en todo el período analizado. Así se observan por ejemplo: *“Vaya que jornada. Pero lo cumpliré:” me consumiré gustosamente” al servicio de la Patria*”; *“Hola mi querida Yelipsa. Te responderé como un día me dijo Fidel: nuestro descanso será la tumba!! Besos!!”.*

Tabla 4.6

Pensamiento Mesiánico (2010)

Atributo	Frecuencia	%
Sacrificio	7	28
Muerte	1	4
Dialogante	5	20
Salvador	1	4
Valiente	1	4
Invencible	1	4
Cristiano	6	24
Justiciero	1	4
Redentor	2	8
Total	25	100

De igual modo, como lo hace en las categorías del pensamiento político y de la gestión pública, el presidente Chávez escribe sus mensajes en respuesta a sus seguidores, es decir, con el atributo de la **gestión dialogante** y por ello sus tweets de carácter mesiánico tienen una frecuencia de cinco. Mientras que en su carácter de **redentor**, se ofrece como la persona destinada para liberar al pueblo del dolor se presenta en dos menciones.

En cuanto a la categoría **mesiánica**, se asume desde el ideario bolivariano como fundamento de la acción revolucionaria y desde el proyecto de salvación nacional a partir de la acción presidencial; es decir, representado en el pensamiento y acción de Hugo Chávez.

Pensamiento bolivariano en el trimestre de 2010.

El presidente Hugo Chávez se caracterizó por promover como filosofía básica los cimientos de una revolución con el apellido de bolivariana, por tanto, en sus mensajes enviados por Twitter, no podían estar ausentes los contenidos con frases comparativas y alabanzas a los ideales del Libertador Simón Bolívar.

“Buen día Venezuela! Ha sido fabuloso el día Bicentenario aquí en BuenosAires! Es una verdadera Revolución de pasión Patria! Bolívar vive!!”, es uno de los mensajes en los que le atribuye al Libertador el carácter de **revolucionario**.

Durante este trimestre el mandatario nacional con sus seguidores dedicó seis mensajes para un 30 % de todos los emitidos (ver tabla 4.7), encaminados a dialogar sobre Bolívar para exaltarlo como figura estelar en su proyecto político.

Tabla4.7

Pensamiento Bolivariano (2010)

Atributo	Frecuencia	%
Revolucionario	1	5
Gestión	1	5
Dialogante	6	30
Democrático	1	5
Integracionista	4	20
Revolucionario	2	10
Libertario	1	5
Cristiano	1	5
Emotivo	3	15
Total	20	100

Con una frecuencia de cuatro menciones para 20% de en esta categoría del pensamiento bolivariano también le concedió a los ideales el atributo de **integracionista**. *“Josue para decirlo con el padre Bolívar:” sólo la unión nos falta para completar la obra de nuestra regeneración”. Viva el Perú!!”*.

De igual modo, se mostró como el jefe de estado **emotivo**, al hablar de Bolívar en tres mensajes durante el trimestre analizado: *“Confieso que hemos llorado, hemos jurado. Les digo: tiene que ser Bolívar ese esqueleto glorioso, pues puede sentirse su llamada. Dios mío”* coincidió este período con la fecha en que por Decreto presidencial se abrió el sarcófago del Libertador, para hacer los trabajos que luego definirían de qué murió y cómo era su rostro. *“Cuanto quise que llegaras y*

ordenaras como a Lázaro: 'levántate Simón, que no es tiempo de morir'. De inmediato recordé que Bolívar Vive!!' fue otro de los tweets en los que recalcó su eterna admiración por Bolívar.

Mientras que en los mensajes en donde hace alusión a Bolívar, para efectos del presente estudio, se incluyeron también los atributos de **libertarios** y **cristiano** cada uno con una mención.

Pensamiento político en el trimestre de 2011.

Se podría afirmar que con la creación de la Misión Chavezcandanga bajó considerablemente el número de mensajes escritos por Hugo Chávez.

En este segundo trimestre analizado de enero-marzo del 2011, en el movimiento en la cuenta @chavezcandanga, fue notable la reducción en la subcategoría denominada **gestión dialogante** atribuida a la categoría pensamiento político, puesto que de 14 mensajes de respuestas detectadas en el primer trimestre analizado, en el segundo trimestre bajó a una mención para un 4,16 %.

De 24 tweets ubicados en la categoría de pensamiento político la mayor mención es para el atributo **eficiencia** y de manera especial para ponderar positivamente a su equipo de gobierno reflejado en un informe de cuentas ante la Asamblea Nacional *“Qué gran conocimiento y seriedad demuestran nuestros ministros! El que tenga ojos que vea! La oposición sigue defendiendo al capitalismo!”*

En este trimestre cuatro menciones fueron para los atributos: **revolucionario**, **izquierdista**, **antiimperialista** y les correspondió un 16,6 % a cada uno. Mientras que sobre el **socialismo** escribió tres veces en el tema político para 2,5 %.

En cuanto a la vocación **militarista**, se encuentra dos veces mientras que el atributo **guerrero** baja a una sola mención al igual que el aspecto democrático para un 4,16 %.

El presidente Hugo Chávez, trató en este trimestre los temas que de alguna forma caracterizaron su discurso, o parafraseando a Castell (2009), se puede decir entendiendo que la política a través de la comunicación socializada busca influir

en la opinión de las personas, en este caso Chávez, se propuso promocionar en sus mensajes, vender e inculcar los conceptos de revolución, socialismo, antiimperialista, entre otros.

Tabla 4.8

Pensamiento Político 2011

Atributo	Frecuencia	%
Revolucionario	4	16, 66
Guerrero	1	4, 16
Militarista	2	8, 33
Socialista	3	12, 5
Gestión dialogante	1	4, 16
Gestión eficiente	5	20, 83
Democrático	1	4, 16
Anticapitalista	2	8, 3
Izquierdista	4	16, 66
Antiimperialista	1	4, 16
Total	24	99, 92

Imagen que construye Chávez de su gestión pública en 2011.

Como se podrá evidenciar, el atributo gestión pública bajó a sólo a 17 menciones en este segundo trimestre analizado (véase tabla 4.9), es decir, enero, febrero y marzo.

En cuanto al atributo **eficiencia** es el de mayor frecuencia registrado con respecto a la categoría gestión pública, con cinco menciones para un 29,41 % seguido de las promesas con una frecuencia de cuatro, es decir, un 23,52 %: “*Arrancó con mucho vigor la GranMisiónAgroVenezuela!! Y pronto arrancará la nueva GranMisiónViviendaVenezuela! Todos y todas pendientes!!*” escribió el mandatario a sus seguidores ratificando que el popular @chavezcandanga ya no se empleaba para responder mensajes ni peticiones sino para hablar de la obra de gobierno.

Tabla 4.9
Gestión Pública 2011

Atributos	Frecuencia	%
Promesa	4	23, 52
Gestión Dialogante	1	5, 88
Gestión coordinador	3	17, 64
Gestión autocrítica	1	5, 88
Gestión Eficiente	5	29, 41
Guerrero	1	5, 88
Militar	2	11, 76
Total	17	99, 97

Igualmente como mandatario nacional, empleó el atributo de **coordinador** a través de los 140 caracteres para funciones de gobierno, por ejemplo: *“Todos pendientes por las lluvias. Hay algunas afectaciones pero todas controladas. Estamos desplegados. Venceremos!!* Con respecto al atributo **dialogante** que predominó en el trimestre 2010, en la categoría gestión pública, en este segundo período en la práctica desapareció obteniendo solo una mención para 5,88 % en un total de 17 mensajes de esta categoría.

Se podría afirmar, que como un usuario más Hugo Chávez puso en práctica lo escrito por Orihuela (2011a):

A diferencia de lo que ocurre en los medios de comunicación tradicionales, en los medios sociales, y especialmente en Twitter, son los propios usuarios los que con sus decisiones producen y configuran el contenido y la experiencia del medio, y eso precisamente radica su carácter social. (p.39)

Como un usuario más de Twitter Hugo Chávez ya no empleó la cuenta @chavezcandanga en el microbloggin para responder peticiones a miles de usuarios, sino para exponer las ideas que él considerara relevantes.

Imagen que mesiánica de Chávez en 2011.

Sobre la categoría mesianismo también se podría afirmar por los registros encontrados que bajó la frecuencia y de 25 contenidos con esta característica analizados en este trimestre, solo hubo una mención para recordar el 4 de febrero y calificar con el atributo de **mártir** a quienes actuaron en la asonada militar contra el gobierno de Carlos Andrés Pérez, en un aniversario más de los hechos que se convirtieron en la génesis política de Hugo Chávez

Pensamiento bolivariano en 2011.

Como se podrá observar, Hugo Chávez emitió solo cuatro mensajes relacionados directamente con el pensamiento bolivariano en este segundo trimestre de los tres sometidos a estudio (véase tabla 4.10).

Tabla 4.10
Pensamiento Bolivariano 2011

Atributos	Frecuencia	%
Revolucionario	1	20
Patriota	2	40
Guerrero	2	40
Total	5	100

En el atributo **guerrero**, lo expone en dos de sus mensajes para recalcar el carácter de los héroes sobre todo de uno de sus mentores ideológicos como lo fue Ezequiel Zamora “*Epa mis amigos candangueros! Con la bala que mató a EzequielZamora, también mataron a la GranRevoluciónFederal!ZamoraVive*”.

Igual porcentaje de menciones se detectaron para resaltar la gesta **patriótica** y **revolucionariode** Bolívar, casi siempre mencionándolo para trasladarlo al proceso

político venezolano y para rescatar las ideas del insigne patriota y tratar de ponerlas en práctica en la Venezuela del siglo XXI y en Latinoamérica.

Pensamiento Político en el trimestre de 2012

El año 2012 se convirtió en un momento crucial para el Presidente Hugo Chávez. Por un lado, se enfrenta a un nuevo proceso electoral y, por el otro anuncia que el cáncer reapareció y por ende se sometería a nuevos tratamientos que le exigían reiterados viajes a Cuba.

El 26 de febrero de 2012, Chávez se somete a una segunda operación para extirpar un tumor en el mismo sitio de la región pélvica y en julio antes de inscribirse en el Poder Electoral, buscar ganar su tercera presidencia y como él mismo lo anuncia en julio que está totalmente libre de cáncer.

Este tercer período analizado de septiembre-noviembre de 2012, coincide con la campaña electoral y su posterior triunfo el 7 de octubre con el 55 % de los votos para asumir un nuevo mandato de seis años.

Se infiere que por coincidir el período estudiado con la recta final de la campaña, el mandatario empleó su cuenta en el microbloggin Twitter para enviar contenido político, si bien no con la frecuencia de cuando se inició en esta red social, que fue el primer trimestre analizado, sí en mayor número que en el segundo trimestre investigado.

Escribió Chávez de su pensamiento político en una frecuencia de 41 mensajes presentándose el mayor número, 15 veces, como **guerrero** (ver tabla 4.11) *“Hoy es el 4to aniversario de la batalladora Juventud del PSUV! Vamos muchachada Patria: a la Batalla perfecta y a la Victoria Perfecta!”* expuso en su cuenta, pues para él cada elección era una batalla con su figura al frente y por ello el atributo de **militar** le sigue en segundo lugar con nueve frecuencias.

Tabla 4.11

Pensamiento Político 2012

Atributos	Frecuencia	%
Revolucionario	3	7,31
Guerrero	15	36, 58
Militarista	9	21, 85
Socialista	3	7, 31
Gestión dialogante	1	2, 43
Democrático	6	14, 63
Antineoliberal	1	2, 43
Anticapitalista	2	4, 8
Izquierdista	1	2, 43
Total	41	99, 77

Para Hugo Chávez la épica, para un guerrero-militar como se definía en la política, la elección de siete de octubre era otra batalla.

Destaca en este trimestre que se presentó el mandatario nacional como **democrático** con 14,63 por ciento y un ejemplo de ello es el siguiente tweet “*Créanmelo: he sostenido una amena conversación telefónica con Henrique Capriles! Invito a la Unidad Nacional, respetando nuestras diferencias!*” días después de los comicios y escribe “créanmelo” pues para sus seguidores y adversarios era casi imposible un diálogo con su adversario principal y por ello escribió el mensaje revelándose como un demócrata.

Pese a que el período coincide con la recta final de la campaña electoral presidencial la palabra **socialismo** solo tiene una frecuencia de tres para un 7,31 por ciento, un porcentaje bajo si se toma en cuenta que Chávez ofrecía un gobierno socialista.

En los tweets de este trimestre destaca la subcategoría **anticapitalista** dos veces y su pensamiento con el atributo **antineoliberal** se redujo a su mínima expresión con una mención así como el diálogo con sus seguidores que solo se produjo una vez.

Atributos asignados a gestión pública en 2012.

Los eventos relacionados con la gestión pública se presentaron en este trimestre con cinco menciones resaltando el atributo de **eficiencia**(véase tabla 4.12) ocho veces para alcanzar un 40 % de los mensajes emitidos en esta categoría y la más mencionada en estos tres meses.

Tabla 4.12
Gestión Pública 2012

Atributo	Frecuencia	Porcentaje
Administración	3	15
Revolucionario	2	10
Gestión: eficiente	8	40
Gestión designaciones	6	30
Anticlasista	1	5
Total	20	100

Luego de obtenido el triunfo a la presidencia de la República para el tercer mandato, Hugo Chávez Frías anunció designaciones de nuevos ministros y en esta oportunidad hizo uso del tweet para darlos a conocer:

“Continuamos este mediodía lluvioso: para Pueblos Indígenas, designo Ministra a la Compatriota AlohaNúñez! Patria para los Indios! Eficiencia!”.

Sobre actos **administrativos** relacionados con sus funciones como Jefe de Estado, Chávez escribió en tres tweets para un 15 % y sobre la revolución hizo dos menciones, mientras que el atributo **anticlasista** tuvo la mínima frecuencia de una sola mención.

Pensamiento Mesiánico para 2012.

Del total de los mensajes se encuentra que sólo tres dedicó el presidente Chávez a su pensamiento mesiánico, con igual porcentaje 33,33 % (véase tabla 4.1) destacando su compromiso con el pueblo que por tercera vez lo llevó a regir las riendas del país:

“Gracias hermanos del mundo. Durante más de 8 horas me han cubierto con su amor. El compromiso con Uds. Y mi heroico pueblo se agiganta!!”

Tabla 4.13

Pensamiento Mesiánico para el 2012

Atributo	Frecuencia	%
Salvador	1	33, 33
Cristiano	1	33, 33
Redentor	1	33, 33
Total	3	100

Como lo hizo con todo su pensamiento político en la muestra analizada Chávez recalca ante sus seguidores que está dispuesto a **sacrificarse** por llevar bienestar a su pueblo, al tiempo que combina el atributo de **cristiano** en los Tweets, lo que se puede inferir la intención dejar claro que está dispuesto a sacrificarse como lo fue Cristo por su pueblo.

Aunque públicamente en este trimestre de gobierno no hablaba de la reaparición de células cancerosas nuevamente, un mes y 10 días después de su triunfo específicamente el 27 de noviembre, anuncia al país planes de viajar a Cuba para recibir nuevo tratamiento médico. Dice que los especialistas le recomendaron “iniciar un tratamiento especial consistente en varias sesiones de oxigenación hiperbárica”.

Por otra parte, sus allegados llegaron a decir, no públicamente, que en campaña ya el mandatario conocía que volvía a estar enfermo, por lo que se infiere

que cuando habla de sacrificarse por el pueblo buscar decirle a sus seguidores que si algo le sucede siempre se sacrificó por el pueblo.

Tabla 4.14

Pensamiento Bolivariano durante el trimestre de 2012.

Atributos	Frecuencia	%
Patriota	3	33, 33
Ideario	1	11, 11
Integracionista	1	11, 11
Guerrero	2	22, 22
Izquierdista	1	11, 11
Socialista	1	11, 11
Total	9	100

Así por ejemplo “Bolívar y yo dimos un golpe de estado. Bolívar y yo queremos que el país cambie. El comandante pronunció estas palabras sacramentales en la primera entrevista que concedió a la prensa. Y el comandante hablaba en serio” así lo escribe Krauze (2012). Por lo que no es de extrañar que el mandatario nacional mantuviera sus ideales bolivarianos en el contacto que mantuvo con quienes lo seguían a través del microblogging.

En este último trimestre analizado en nueve mensajes apeló a las ideas **bolivarianas** para referirse a situaciones de diversa índole, identificándose tres veces con el mayor porcentaje de 33,33 % como patriota (véase tabla 4.14). Igualmente hizo el paralelismo en dos ocasiones entre el guerrero que fue bolívar y la batalla a la que él se acercaba como era la contienda electoral:

“Carabobo la de la Independencia!! Carabobo la de la Batalla Perfecta!! Las calles de Valencia serán ríos de Pueblo y Amor Patrio! Venceremos!”.

Como lo hacía en muchos de sus discursos Hugo Chávez identificó la subcategoría **socialismo** una vez con Bolívar al escribir: “*Compañeros, compañeras del mundo. Tengan la seguridad que el Pueblo de Bolívar seguirá labrando otro mundo posible, es decir: Socialista!!*” y en el mismo número y porcentaje 11,11 % le atribuyó al atributo de **izquierdista**.

En uno de sus tweets citó una frase de Bolívar y para instar a la integración latinoamericana también recordó o el nombre de Bolívar con una frecuencia de 1 y un 11,11 %. De acuerdo a los atributos en el pensamiento bolivariano del presidente Hugo Chávez, un nuevo orden económico, social y político debía tener sus raíces en los ideales del Libertador a quien en más de una ocasión le atribuyó el carácter de socialista como lo solía hacer con Cristo, dos figuras emblemáticas para un pueblo religioso y admirador de la épica de Simón Bolívar como es el venezolano.

Tercer Nivel: Triangulación

Con qué atributos describió sus pensamientos políticos, mesiánicos, bolivarianos y de gestión pública en los tres trimestres

Los atributos con los cuales identificó el presidente Chávez sus pensamientos políticos, su gestión pública, sus pensamientos mesiánicos y bolivarianos durante los tres períodos analizados variaron según las circunstancias de cada trimestre. En el pensamiento relacionado con la política hay categorías que permanecieron en los tres trimestres como se demuestra en la tabla 4.15.

Tabla 4.15*Atributos dados al Pensamiento Político en los tres trimestres*

Atributos	2010	2011	2012
Revolucionario	19	4	3
Guerrero	9	1	15
Militarista	6	2	9
Socialista	20	3	3
Gestión dialogante	14	1	1
Gestión coordinadora	6	0	0
Gestión eficiente	2	5	0
Gestión autocrítica	1	0	0
Democrático	9	2	6
Gestión promesas	2	0	0
Patriota	3	0	0
Anticapitalista	6	2	2
Izquierdista	1	4	1
Antiimperialista	3	1	0
Cristiano	1	0	0
Antineoliberal	0	0	1
TOTAL	102	25	41

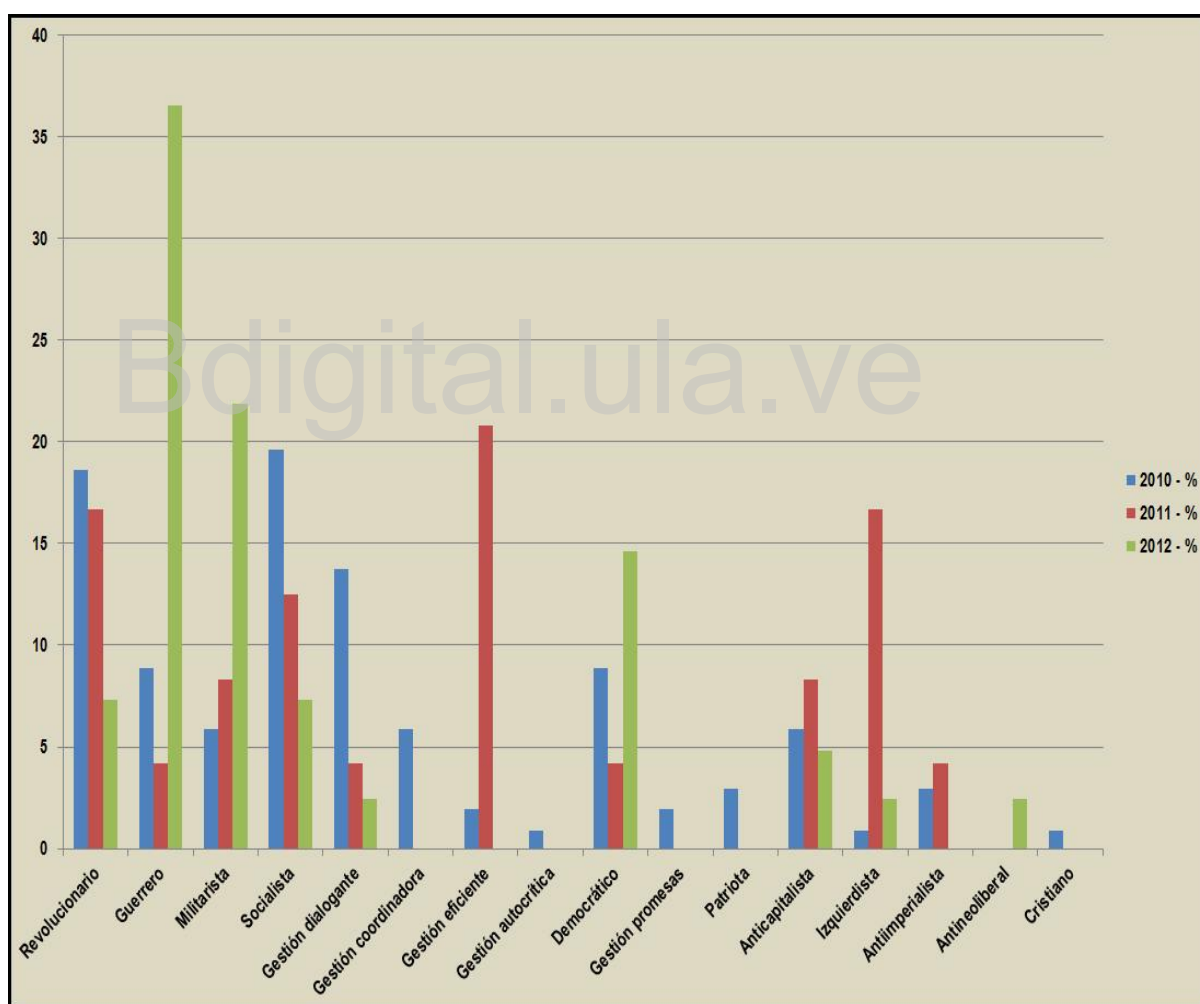
En lo político Hugo Chávez en la cuenta @chavezcandanga se presentó en los nueve meses analizados como **socialista**, este atributo obtuvo la mayor frecuencia 20 veces en el primer trimestre de 2010 y tuvo presencia en los dos años siguientes.

A la par del atributo revolucionario en el corpus estudiado está el ser **revolucionario** con 19 menciones en el primer trimestre que es cuando más se presentó. No solo empleó la palabra **revolución** para identificarse con ella sino para decir que era el único camino político del país y del mundo.

Al hacer el análisis de la gestión pública la función dialogante, la forma mediante la cual se comunicó con sus seguidores de la red social tiene alta frecuencia

146 menciones (véase tabla 4.16) en el primer trimestre que fue el estreno de Hugo Chávez en Twitter, para casi desaparecer en los dos trimestres siguientes ya que solo se respondieron un mensaje en seis meses.

También se identificó @chavezcandanga como demócrata. Igualmente expuso sus ideas anticapitalistas y antiimperialistas a través de la red social. Y aunque con menos frecuencia como jefe de estados ordenó coordinaciones de gobierno y plasmó algunas autocríticas. No dejó de identificarse en el mundo de las políticas como patriota. En la figura 4.1 se observa la distribución anterior pero en porcentajes.



Fuente: Labrador, O. (2014)

Figura N° 4.1 . Atributos usados en el Pensamiento Político en los tres trimestres

La tabla 4.16 demuestra claramente que sobre su gestión pública predomina el atributo de dialogante en el primer trimestre, lo que significa que el mandatario respondió a muchos de sus seguidores. Frecuencia que bajó notablemente a una sola respuesta en el trimestre del 2011 y a ninguna en el 2012.

Igualmente las órdenes en su mayoría para resolver las solicitudes que le hacía por la red social ocupa 115 menciones en el 2010. Y por tratarse de gestión social la agenda, así como el calificativo la gestión eficiente aparece en los tres trimestres pero se destaca con 19 menciones en el primer trimestre y para el segundo baja a cinco para subir a nueve en el último trimestre del 2012. El atributo de revolucionario tiene su mayor momento en el 2010 al igual que el socialista.

Tabla 4.16

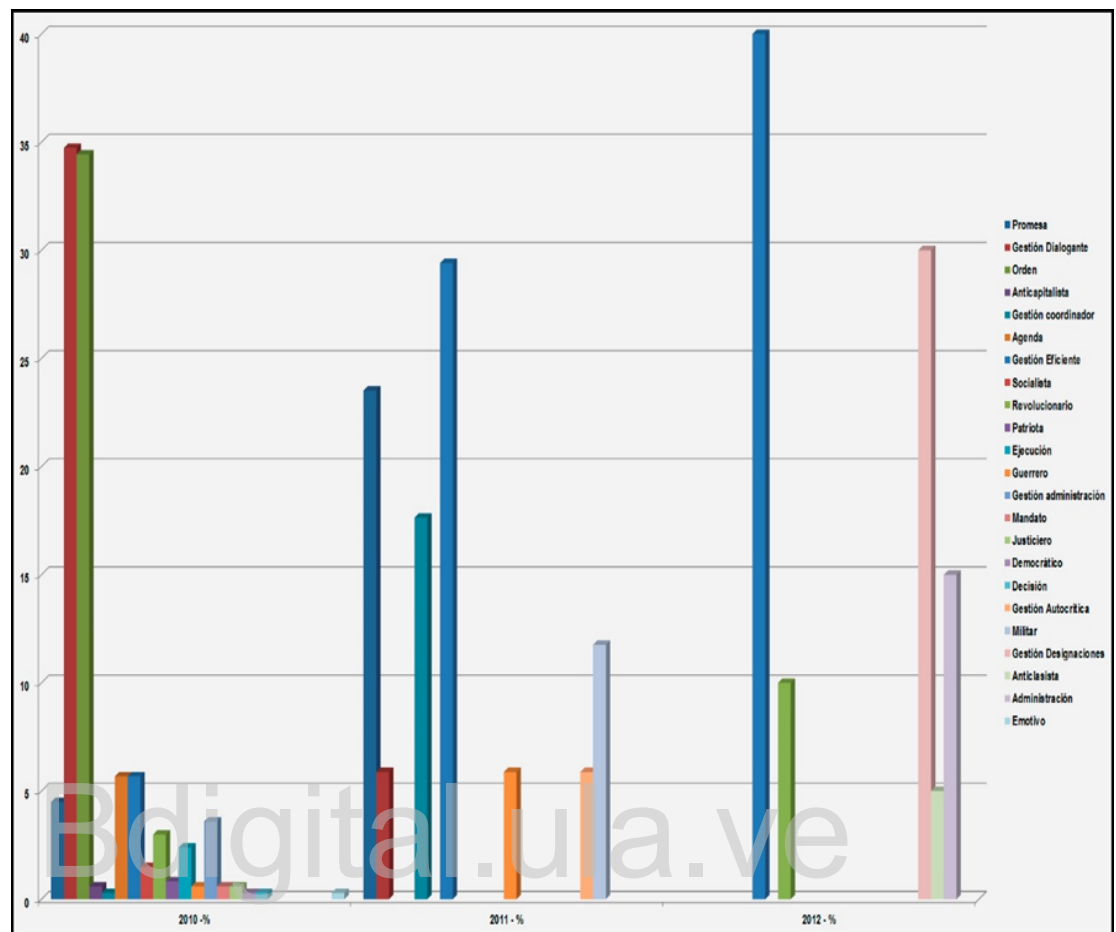
Atributos para la Gestión Pública durante los tres trimestres

Atributos	2010	2011	2012
Gestión Dialogante	116	1	0
Orden	115	0	0
Anticapitalista	2	0	0
Gestión coordinador	1	3	0
Agenda	19	0	0
Gestión Eficiente	19	5	8
Socialista	5	0	0
Revolucionario	10	0	2
Patriota	3	0	0
Ejecución	8	0	0
Guerrero	2	1	0
Gestión administración	12	0	3
Mandato	2	0	0
Justiciero	2	0	0

Tabla 4.16 (Cont.)

Democrático	1	1	0
Decisión	1	0	0
Emotivo	1	0	0
Gestión autocrítica	0	1	0
Militar	0	2	0
Gestión: designaciones	0	0	6
Anticlasista	0	0	5
Totales	319	14	24

Bdigital.ula.ve



Fuente: Labrador, O. (2014)

Figura N° 4.2

Atributos usados en la Gestión Pública en los tres trimestres

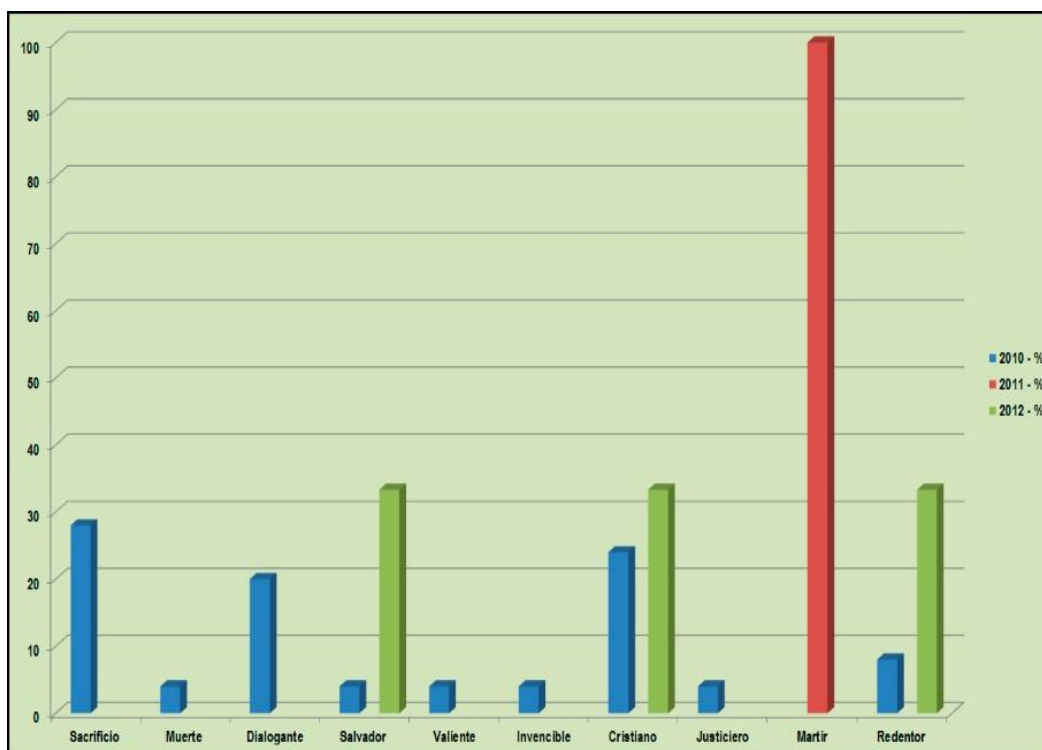
El presidente Hugo Chávez con frecuencia en sus apariciones públicas invocaba a Cristo. Llegó a decir, en no pocas ocasiones, que Cristo era revolucionario y socialista y comparaba su obra con deber ser del cristianismo.

La tabla 4.17 indica que en el primer trimestre en esta categoría de pensamiento mesiánico igualmente se mostró dialogante como fue común en las demás categorías analizadas en el mismo período.

Tabla 4.17***Atributos al Pensamiento Mesiánico en los tres trimestres***

Atributo	2010	2011	2012
Sacrificio	7	0	0
Muerte	1	0	0
Dialogante	5	0	0
Salvador	1	0	1
Valiente	1	0	0
Invencible	1	0	0
Cristiano	6	0	1
Justo	1	0	0
Redentor	2	0	1
Mártir	0	1	0
Total	24	1	2

Igualmente mostró admiración a través de sus palabras por Cristo y destacó la característica de redentor. En el 2011 año en que en el trimestre analizado fue en el que escribió menos se refirió al atributo mártir para hablar del 4 de febrero de 2002 a su juicio quienes lideraron la asonada fueron mártires. En ese año solo tres pensamiento están ubicados en la categoría de mesiánica, cantidad más baja en el 2010 y lo hizo al hablar de salvador, cristiano y redentor. Para la distribución en porcentajes véase la figura 4.3.



Fuente: Labrador, O. (2014)

Figura 4.3

Atributos usados en el Pensamiento Mesianico en los tres trimestres

Hugo Chávez en funciones de presidente reforzó ante sus seguidores sus ideas tomadas de las actuaciones y escritos de Bolívar. Para Chávez escribir 140 caracteres para recordar al Libertador fue acompañado de los atributos del diálogo porque en respuestas a seguidores mencionaba a Bolívar pero igualmente lo hizo para hablar de la revolución, de la integración, de las guerras o batallas políticas a las que se enfrentaba y para exaltar sus ideas izquierdistas contrapuestas a la derecha.

Igualmente en un mensaje recurrió a un pensamiento de Bolívar (el ideario) para hacer referencia a su obra y no estuvo ausente la categoría del socialismo al mencionar el nombre del llamado Padre de la Patria.

En esta categoría resalta la emoción que manifestó en tres tweets en el 2010 cuando pudo ver los restos de Simón Bolívar y escribió que había llorado.

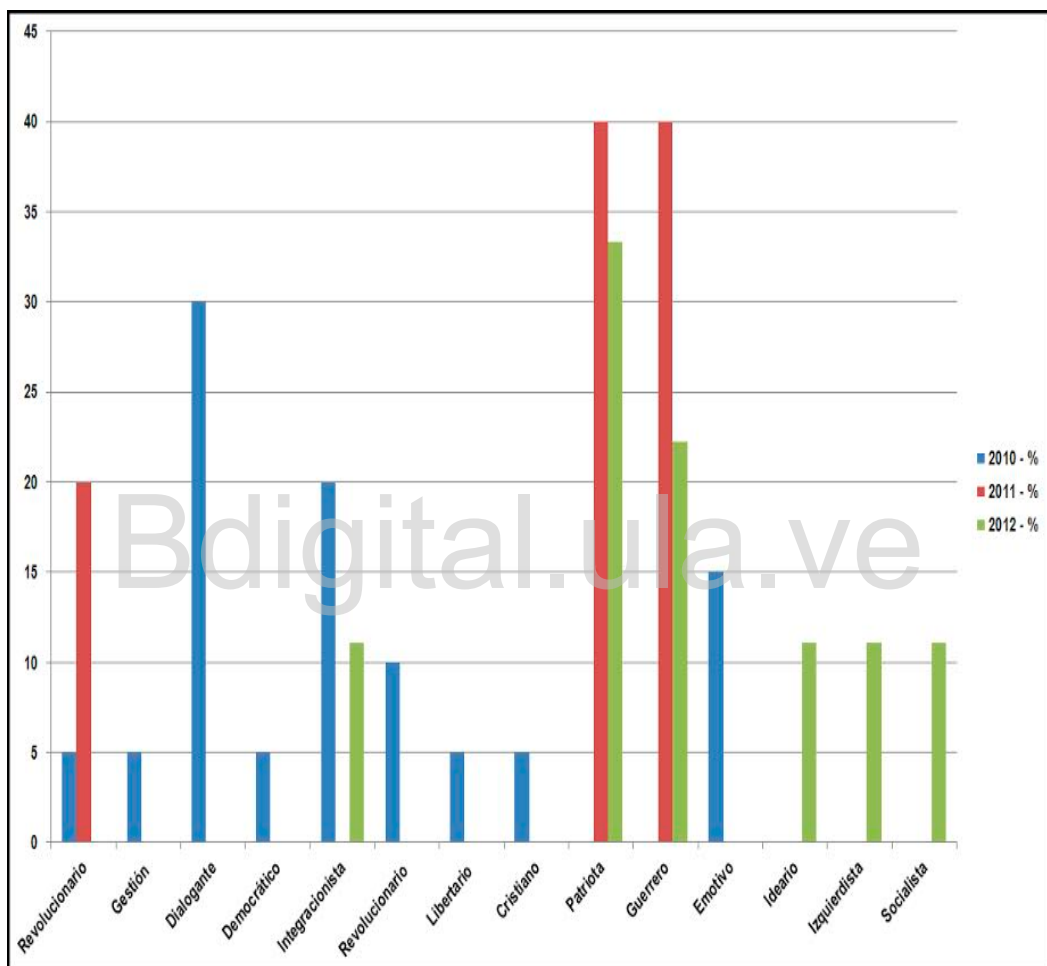
Igual que en las anteriores categorías los resultados revelan que el trimestre del 2010 es donde más escribió Chávez sobre Bolívar (véase tabla 4.18) y fue el trimestre

donde empleó mayor número de atributos para referirse al hombre que inspiraba su proyecto político.

Tabla 4.18
Atributos del Pensamiento Bolivariano en los tres trimestres

Atributo	2010	2011	2012
Revolucionario	1	1	0
Gestión	1	0	0
Dialogante	6	0	0
Democrático	1	0	0
Integracionista	4	0	1
Revolucionario	2	0	0
Libertario	1	0	0
Cristiano	1	0	0
Emotivo	3	0	0
Patriota	2	2	1
Guerrero	0	2	2
Izquierdista	0	0	1
Socialista	0	0	1
Ideario	0	0	1
Total	22	5	7

Para detallar los datos ofrecidos sobre el pensamiento bolivariano pero en porcentajes véase la figura 4.4.



Fuente: Labrador, O. (2014)

Figura N° 4. 4
Atributos usados en el Pensamiento Bolivariano en los tres trimestres

Destaca de los tres trimestres analizados que el mandatario usaba para referirse a sus pensamientos político, mesiánico, bolivariano y a su gestión los mismos atributos, es decir, hablaba de ellos con las mismas palabras para exaltarlos.

Como lo expone la escritora venezolana Torres (2010):

El discurso tiene dos vértices básicos: por un lado es un discurso histórico-nacionalista-bolivariano, y por el otro un discurso redentorista-cristiano-socialista. Hay que hacer una salvedad, y es que en ninguno de los casos el discurso corresponde palabra por palabra a la base teórica de la que proviene. Es un discurso compuesto de apropiaciones y reapropiaciones de discursos “mayores”, hasta cierto punto universales, pero crea un nuevo producto, único y solo parecido a sí mismo. Este discurso ha construido una versión histórica de Venezuela, que no hace falta que avalen los historiadores; la veracidad histórica no tiene importancia a los fines de la retórica política. Es la historia de Venezuela, tal como el líder la entiende y como la recibe la masa. Tiene efecto simbólico en tanto es un gran relato nacional cuyo protagonista es el pueblo oprimido y engañado por las élites durante cinco siglos que finalmente encuentra su liberación. (S/p.).

El discurso hilado, con algunos cambios de acuerdo al contexto fue el mismo que mantuvo Chávez en la novedosa red social Twitter del 2010 al 2013 en donde sus últimos trinos fueron invocando a Cristo por su regreso a Venezuela luego de la operación en La Habana y así se confirma en las cuatro categorías estudiadas en la presente investigación.

CONSIDERACIONES FINALES DE LOS RESULTADOS

Cualquier usuario de la red social Twitter actualmente (noviembre de 2014) podrá ingresar y buscar la cuenta @chavezcandanga, perteneciente al presidente Hugo Rafael Chávez Frías, fallecido el 5 de marzo de 2013, y observará que sigue abierta y para mayor sorpresa con un total de 4 millones 17 mil seguidores.

*@Sigo aferrado a Cristo y confiado en mis médicos y enfermeras.
Hasta la victoria siempre!! Viviremos y venceremos!!!*

@Gracias a Fidel, a Raúl y a toda Cuba!! Gracias a Venezuela por tanto amor!!!

*@Hemos llegado de nuevo a la Patria venezolana. Gracias Dios mío!!
Gracias Pueblo amado!! Aquí continuaremos el tratamiento.*

Los mensajes anteriormente citados, corresponden a los tres últimos trinos escritos en la cuenta del mandatario a su regreso de Cuba, el 18 de febrero de 2013 y constituyen el último contacto no solo con sus seguidores sino con cualquier medio de comunicación. Es importante resaltar que los tres tweets, forman parte de la polémica, porque hay quienes dudan que los escribiera una persona con cáncer terminal, tal y como se podrá leer en la cuenta que usó y que suman los tres últimos contenidos de los 1824 escritos desde el 2010 al 2013.

Además de la novedad y observar cómo al escribir a través de un móvil se producían esas palabras en noticias, no solo nacionales sino internacionales, el presidente Hugo Chávez asumió como un juego el poder responderle a quienes se interesaron en escribirle y hacerle peticiones y así lo confirma quien fuera el coordinador de la sala situacional @chavezcandanga Ysmel Serrano en la entrevista que aparece en el (Anexo I):

El presidente Chávez consiguió en Twitter una especie de jugueteo y entendió que él podía estar en China escribir un mensaje y no solo se leía en Venezuela sino en todas partes del mundo y al tener esto durante su enfermedad, cuando pasó semanas enteras en Cuba, su principal medio de comunicación fue la red social

De ahí que en el mes del estreno mayo de 2010 el mandatario nacional se dedicara a responder a muchos de sus seguidores y se infiere que, luego de “jugar bastante”, se dedicó a escribir más de las bondades de la revolución y el socialismo y de ahí que además de ser los atributos con mayor número de frecuencias cuando más mensajes escribió, también estuvieron presentes en casi todos los contenidos de la muestra analizada.

Orihuela (2011b) sostiene:

No creo que un político en campaña disponga del tiempo necesario para escuchar y participar de conversaciones en las redes sociales, por lo que me parece bien que sean sus equipos de comunicación quienes lleven esas cuentas, aunque sin pretender simular la identidad del titular. (s/p.)

El mandatario venezolano efectivamente ya no tenía tiempo para seguir respondiendo mensajes y para que se hiciera creó la sala situacional de situacional @chavezcandanga aunque él si continuó escribiendo pero ya con los contenidos de su entero interés y así lo confirma el ex coordinador Ysmel Serrano (Anexo 1).

Se infiere que el mismo mandatario que abrió la cuenta como un ensayo, ideado por Diosdado Cabello y Tareck El Aissami, según lo reveló el excoordinador de la sala situacional @chavezcandanga Ysmel Serrano (Anexo 1), no tenía idea del alcance de la red del pajarito azul y que llegaría a ser un canal o un medio de comunicación más que se sumaría a los ya controlados para emitir sus ideas políticas y sus mensajes de gobierno.

Hugo Rafael Chávez Frías en su cuenta de Twitter como Presidente de Venezuela a la cual en más de una ocasión dijo públicamente que le cambiaría el

nombre de @chavezcandanga, y así lo confirmó el politólogo Ysmel Serrano (Ver Anexo I), se presentó ante sus seguidores como lo hizo en los escenarios donde participó en el país y en el plano internacional: informal o como uno más del pueblo.

El mismo nombre de la cuenta lo confirma pero también muchos de sus mensajes en donde como jefe del estado no sólo se dedicó a responderle a la gente en lenguaje coloquial como por ejemplo @tomboxki. *Epa Tombo. Entonces no serás del gran Psuv!! Los escuálidos si son pura perdida! Pero respeto tus decisiones!!* sino que también hizo autocríticas a su gestión e instaba a sus ministros a buscar la excelencia.

CONCLUSIONES

Las primeras conclusiones del presente estudio, se puntualizan en los tres trimestres analizados. Los períodos analizados proyectan resultados trascendentes que demuestran el objetivo trazado inicialmente como es: la imagen que construyó el ex presidente de su figura presidencial en relación con su pensamiento político, su gestión pública, su pensamiento mesiánico y su pensamiento bolivariano.

1. De mayo a julio de 2010 se toma como la fecha de arranque en que Hugo Chávez debutó en la comunidad twittera y por ende es el trimestre con mayor número de mensajes escritos 577 de los 746 escritos en las categorías analizadas durante los tres trimestres. En esta oportunidad destacó la respuesta que el mandatario dio a sus seguidores movidos por las demandas a la solución de problemas puntuales. Esto significa que fue un período en el cual la subcategoría gestión dialogante dominó por sobre el resto de mensajes. Llama la atención igualmente, que un presidente pudiera ocupar tiempo a pesar de su apretada agenda para responder tales mensajes.

2. Enero a marzo de 2011. Aunque es un período que no coincide con ningún evento electoral o extraordinario, también se observa una baja en la interactividad por parte del mandatario, quien emitió el menor número de mensajes, para un total de 42 de los 349 de la muestra estudiada, mientras que escribió un total de 24 mensajes para mostrar una presencia y visibilidad política propia de la dinámica del momento y no para responder a los usuarios de su cuenta. Esa tendencia de exaltar su posición política difiere en parte sobre el papel de gobernante que asume una postura que marcha en sintonía con los militantes de su partido el PSUV.
3. Septiembre - noviembre 2012. Coincide este período con el final de la campaña electoral con un marcado arraigo al uso del Twitter por parte de Hugo Chávez, quien camino a la tercera presidencia aprovechó la red social para arengar a sus seguidores y enfilas todas las baterías por elevar los porcentajes de votación. Luego del triunfo en el mes de noviembre, hizo sus últimas apariciones reflejadas en los mensajes con aspectos que tuvieron que ver con decisiones de gobierno como por ejemplo, nombrar en sus mensajes a quienes formaría parte del que sería su último tren ejecutivo, así como para invitar por votar sus candidatos a las gobernaciones. Ya en este período no se evidencia en los mensajes el diálogo con sus seguidores; las respuestas a requerimientos desaparecieron por completo.

A partir del análisis de los tres trimestres, de cuatro categorías de los tweets de @chavezcandanga, se concluye que el entonces mandatario nacional Hugo Chávez, mantuvo y reforzó en sus escritos el discurso que lo caracterizó desde el 4 de febrero de 1992: de ser socialista, de izquierda, revolucionario, de seguir los ideales de Bolívar.

Utilizó además el ex presidente, los 140 caracteres para presentar, ofertar e inculcar el modelo político socialista que soñaba para Venezuela, de allí que durante

el estudio de la muestra analizada el atributo de socialismo así como el de revolución son registradas con altos porcentajes de mención en los mensajes.

En los contenidos de los tweets destaca que el entonces mandatario venezolano expresó como patrón para ese momento la exposición de las ideas políticas, tanto que en un solo tweet escribió sobre su pensamiento político reflejado en 111 mensajes del total de los 349 tweets analizados. Esto significa la marcada tendencia a ventilar el contenido político y por ende formó parte trascendental de su uso en la cuenta en Twitter. Los tweets fueron un indicador del uso que Chávez hizo de este espacio como una alternativa o forma de gobernar, no sólo para emitir órdenes sino también para proyectarse a los usuarios internacionales.

Este estudio coincide con los antecedentes consultados durante el proceso de investigación, por cuanto, se concluye que la esfera pública digital reproduce los sesgos de la esfera pública convencional que, construida aún con los medios de comunicación y de representación política tradicionales, ocupa una posición central respecto a la gestión del poder. De allí la multiplicidad de debates y movilizaciones.

Los resultados alcanzados también determinan que el mandatario Hugo Chávez le dio un uso particular a su cuenta en Twitter, pues si bien anunciaba asuntos relacionados con su alta investidura, a su vez empleó la técnica de responder, hasta donde le permitía la red social Twitter. Además de la novedad y observar como al escribir a través de un móvil se traducían esas palabras en noticias, no solo nacionales sino internacionales, el presidente Hugo Chávez asumió como un juego el poder responderle a quienes se interesaron en escribirle y hacerle peticiones y contando con el aditivo que “un mensaje del Presidente Hugo Chávez alcanzaba en medio día tener 3500 retuits. La cuenta @chavezcandanga en el 2012 estaba entre las 20 de los divos de latinoamericana __en el lugar 14_ como Shakira, Ricky Martín y otros del mundo de la farándula. Chávez se convirtió en el segundo mandatario más seguido del mundo, el primero es Barack Obama. “Hubo estudios que indican que proporcionalmente, teniendo en cuenta la variable población, la cuenta de Chávez debería ser la primera y de Latinoamérica fue el primero en Twitter”, confirma Serrano (ver Anexo 1).

Es significativo además que el primer trimestre de 2010, que corresponde al primero de los tres analizados, da cuenta que el presidente Hugo Chávez interaccionó en 116 mensajes lo cual es altamente significativo y este se convirtió en el mayor número de los tres trimestres estudiados, aunque posteriormente esta opción bajó a cero, se concluye que se debe a la avalancha de peticiones que no podía humanamente responder y es por esta razón que en un intento por delegar funciones decidió crear la Misión Chavezcandanga como lo confirmó el excoordinador de dicha sala Ysmel Serrano (ver anexo 1).

Ante esta decisión, las respuestas ya no las escribía él y como consecuencia la subcategoría gestión dialogante aparejada con la interacción con sus seguidores desapareció de la cuenta en Twitter y entonces el Presidente empleó su tiempo y el espacio en el microblogging, para dar orientaciones con tendencia política y para hacer anuncios de gobierno más que para interactuar o para responder a peticiones concretas como se hizo en los tres primeros meses.

Otro de los aspectos a destacar es que en los mensajes el presidente Chávez afianzó su figura mesiánica, se presentó como el hombre sacrificado con una especie de don y de figura extraordinaria que suscita entusiasmo en sus seguidores, incluso resaltando en varios de sus mensajes estar dispuesto a morir por los desfavorecidos, por su pueblo desamparado por muchos años. Sin dejar de lado, que se mostraba identificado con deidades religiosas y con el rescate de los próceres de la Independencia. De allí que el presidente Hugo Chávez promoviera en algunos de sus mensajes una revolución singular con apellido bolivariano sin descuidar la exaltación a la épica de Bolívar, para establecer paralelismos con el presente.

Se concluye que Hugo Chávez Frías tenía claro, o al menos con su interés en incursionar así lo demostró, el poder de las comunicaciones y en especial se apoyó en la red social Twitter para efectuar la construcción de su figura presidencial en relación con su pensamiento político, su gestión pública, su pensamiento mesiánico y su pensamiento bolivariano.

A través de los contenidos emitidos en Twitter en el caso Hugo Chávez se cumple lo expuesto por Castell (2008b):

El poder y la política se deciden en el proceso de construcción de la mente humana a través de la comunicación. En nuestro tipo de sociedad, los medios de comunicación de masas son decisivos en la formación de la opinión pública que condiciona la decisión política. La política es sobre todo política mediática, lo cual tiene consecuencias importantes sobre la política misma, ya que conduce a su personalización y a la política del escándalo. (p. 15)

Los resultados obtenidos de la presente investigación también dan la idea que aunque el uso de la red significa un cambio en las prácticas sociales, también se convierte en un gran aliado para posicionar una imagen al tiempo que para organizar a los seguidores tal y como ocurrió en el contexto analizado para afianzar los mensajes políticos, de gobierno, mesiánicos y bolivarianos del presidente de Venezuela Hugo Rafael Chávez Frías.

No se puede obviar el momento histórico vivido por Venezuela y el cual coincide con el arribo al poder de un hombre como Hugo Chávez, que impuso como jefe de estado una forma peculiar de gobernar, llegando a ser amado por unos y odiado por otros.

Además coincide la llegada al gobierno de Chávez, con el auge de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en el plano mundial y así lo plantea Scolari (2008) al hablar de una nueva generación de medios digitales interactivos.

Y con grandes virajes en el mundo tecnológico en el país desde 1999 comenzaron una serie de transformaciones, no sólo políticas sino en el Estado y se armó una nueva estructura jurídica con las modificaciones a la Constitución Nacional, teniendo como protagonista e impulsor al Jefe de Estado Hugo Chávez quien para lograr sus objetivos empleó lo que denomina Andrés Cañizález (2012) la “Presidencia Mediática” de tal forma que cualquier cambio en la sociedad como los planteados por

Chávez requirió el respaldo de los medios de comunicación entre ellos los tradicionales y el uso de nuevas herramientas como Twitter.

En los contenidos de cada uno de los mensajes Hugo Chávez reforzó el pensamiento político, socialista, revolucionario, cristiano, democrático, anticapitalista, antiimperialista, dialogante, que a través de los demás medios cultivó durante los 14 años que estuvo dirigiendo el país, salvo que a través de los tweets en @chavezcandanga lo hacía con su puño y letra y así se confirma con el análisis que se hizo de los 349 mensajes emitidos durante los tres trimestres analizados, por ello, se infiere que en más de una ocasión llamó a dar la pelea política de las ideas también en Twitter, reafirmandose lo expuesto por Castell (2008b) quien señala el surgimiento de una nueva forma de comunicación relativa a la cultura y la tecnología de la sociedad en red, y basada en las redes de comunicación horizontales.

RECOMENDACIONES

Esta investigación se convierte en un paso para futuros estudios sobre dos temas que han marcado pauta: Twitter y la incursión del presidente Hugo Chávez con su cuenta. Asimismo, sería recomendable ampliar el presente estudio de los 1824 tweets escritos por el mandatario fallecido, en otras categorías con la económica, la internacional y la exclusivamente electoral.

Y para finalizar una recomendación eminentemente académica, dadas las dificultades encontradas por la autora de la presente investigación en materia del establecimiento de normas metodológicas, se recomienda que el Consejo Directivo de la Especialización promueva a la mayor brevedad posible un manual que como su nombre lo indica guiará en todos y cada uno de los parámetros que la tesis en Periodismo Digital requiere.

REFERENCIAS

- Albert, M. (2007). *La investigación educativa*. Argentina: Mc. Graw Hill.
- Agencia Venezolana de Noticias (AVN). (2013). *Hugo Chávez: cronología de un revolucionario*. Recuperado de: <http://www.avn.info.ve/contenido/hugo-ch%C3%A1vez-cronolog%C3%ADa-revolucionario>.
- Arias, G. (2004). *El proyecto de investigación, introducción a la metodología científica*. Caracas: Epísteme.
- Artigas A, D; Muñoz, A.G; Luengo, F; Chourio, X. y Fernández, A. (2012). Caracterizando las elecciones venezolanas a través de Twitter. Caso: #26s. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social Disertaciones*, 5 (1), Artículo 4. Recuperado de: <http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones/>
- Ascanio, A. (2010). Análisis del discurso político. México: Editorial Trillas. Segunda edición.
- Ascencio, M. (2014). El presidente no es un líder religioso. En Bisbal, Marcelino (Ed.) *La política y sus tramas, mirada desde la Venezuela del presente*, (147-162). Venezuela, ediciones Visión Venezuela.
- Bacalao, M. (2014). Medios, redes y las mayorías latentes. En Bisbal, Marcelino (Ed.) *La política y sus tramas, mirada desde la Venezuela del presente*, (225-230). Venezuela, ediciones Visión Venezuela.
- Bisbal, M. (2013). *La política y sus tramas. Miradas desde la Venezuela del presente*. Caracas: Ediciones UCAB, Primera edición.
- Bobbio, N. (1983). *Diccionario de Política*. Siglo Veintiuno Editores, México.
- Carmargo, F. y Cusba, E. (2001). *Gestionando la Implementación de la Estrategia de Gobierno en Línea en Colombia*. Recuperado en [http://programa.gobiernoonlinea.gov.co/apc-aa-files/5854534aee4eee4102f0bd5ca294791f/ARTICULACION DE GEL.pdf](http://programa.gobiernoonlinea.gov.co/apc-aa-files/5854534aee4eee4102f0bd5ca294791f/ARTICULACION%20DE%20GEL.pdf)
- Cañizalez A. (2012). *Hugo Chávez. La Presidencia Mediática*. Caracas-Venezuela: Editorial Alfa.
- Cardoso, G. (2009). *Portal Comunicación. Com De la Comunicación de Masa a la Comunicación en Red: Modelos Comunicacionales y la Sociedad de Información*. Recuperado de: http://www.ipb.upel.edu.ve/ticypedagogia/memoria/Tendencias_investigativas_en_TIC.pdf

- Castells, M. (2012a). *Redes de indignación y esperanza: los movimientos sociales en la era de Internet*. Madrid: Alianza Editorial, 296 pp.
- Castells M. (2012b). El poder en la era de las redes sociales. *Nexos en línea*, 1 septiembre 2012. Recuperado a través de CASTELLS, Manuel. "El poder en la era de las redes sociales". *Nexos en línea*, 1 septiembre 2012. S/p.
- Castell, M. (2008). Comunicación, poder y contrapoder en la sociedad red. Los medios y la política. *Revista Telos* nº 74. Enero-Marzo de 2008. Recuperado de: <http://telos.fundaciontelefonica.com/url-direct/pdf>
- Conatel. (2014). *Indicadores anuales*. Estadísticas. Recuperado en <http://www.conatel.gob.ve/rado>
- Constitución de la República Bolivariana de Venezuela*. (2013), Caracas. Vandell Hermanos.
- Comscore, Inc. *Measuring the Digital World*. (2010). Recuperado de <http://www.comscore.com/>
- Corredor, M. (2003). De la retórica a la Ciberpolítica. Perspectivas de Comunicación política en la democracia mediática. (En línea). *Revista Comunicación* N° 121. Recuperado en http://www.gumilla.org/biblioteca/bases/biblo/texto/COM2003121_4-9.pdf
- EFE.FundéuBBA.Fundación del Español Urgente. (2014). *Tuitero, tuitear, tuiteo y retuiteo, términos en español*- Recuperado en <http://www.fundeu.es/recomendacion/tuitero-tuitear-tuiteo-y-retuiteo-terminos-en-espanol-712/>.
- Fernández, C. (2014). Redes Sociales y la construcción de las mayorías. En Bisbal, Marcelino (Ed.) *La política y sus tramas, mirada desde la Venezuela del presente*, (219-224). Venezuela, ediciones Visión Venezuela.
- Fernández, N. (2004). *El Saber del Poder...* Consejo de Publicaciones ULA- Mérida-Venezuela.
- García De Torres, (2011). Uso de Twitter y Facebook por los medios iberoamericanos. El profesional de la información. *Academia.edu* 2011, noviembre-diciembre, v. 20, n. 6,

- pp. 611-620. [disponible en la red: <http://dx.doi.org/10.3145/epi.2011.nov.02> mayo, 20, 2014]
- Guzmán, M. (1993). *Tendencias innovadoras en educación matemática*. Organización de Estados Iberoamericana de Educación, la Ciencia y la Cultura. Editorial Popular. Recuperado en: <http://www.oei.co/oeivirt/edumat.html>
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (1998a). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill.
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2006b). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw Hill.
- Irekia Gobierno Abierto. (2011). *Guía de usos y estilo en las Redes Sociales del Gobierno Vasco*. Recuperado de https://www.irekia.euskadi.net/es/news/6717-guia-usos-estilo-las-redes-sociales-del-gobierno-vasco?criterio_id=782715&track=1
- Krauze E. (2012). *El Poder y el Delirio*. 4ta edición. Colección Hogueras. Venezuela: Editorial Alfa.
- Martín-Barbero, J. (2001). *Transformaciones Comunicativas y Tecnológicas de los Públicos*. Recuperado de: http://www.washingtonuranga.com.ar/index.php?option=com_content&view=article&id=51:recomen-17&catid=9&Itemid=108
- Martínez, M. (1997). *Análisis del discurso. Cohesión, coherencia y estructura semántica de los textos expositivos*. Colombia: Editorial Universidad del Valle, segunda edición.
- Martínez, M. (2004). *Ciencia y Arte en la Metodología Cualitativa*. México: Trillas.
- MD. Marketingdirecto.com. (2014). *Los políticos latinoamericanos son los que mejor usan las redes sociales*. Recuperado de: <http://www.marketingdirecto.com/actualidad/social-media-marketing/los-politicos-latinoamericanos-son-los-que-mejor-usan-las-redes-sociales/>
- Mújica, V. (1987). *Léxico Social Crístiabo*. Caracas-Venezuela: Ifedec
- L Deltell, ML Congosto, F Claes, JM Osteso (2013). Identificación y análisis de los líderes de opinión en Twitter en torno a Hugo Chávez. *Revista Latina de Comunicación Social*, 68, pp. 696 a 718, en http://www.revistalatinacs.org/068/paper/997_UCM/31_Deltell.html DOI: 10.4185/RLCS-2013-997

- Llorente & Cuenca. (2014). *Informe anual 2013*. Recuperado de <http://www.llorentecuenca.com/>
- Ochoa, H. Innovación de la gestión pública en Venezuela. *Enlace* [online]. 2008, vol.5, n.1, pp. 65-78. ISSN 1690-7515
- Organización de las Naciones Unidas. (2013). *Objetivo de Desarrollo del Tercer Milenio*. Recuperado <http://www.un.org/es/millenniumgoals/pdf/mdg-report-2013-spanish.pdf>
- Orihuela, J. (2011a). *Mundo Twitter*. (3 era edición). España: Alienta Editorial.
- Orihuela, J. (2011b). *El uso que realizan los políticos de Twitter es oportunista y propagandístico*. [Mensaje en un blog] Recuperado de <http://www.republicatwitt.com/jose-luis-orihuela-jlori-el-uso-que-realizan-los-politicos-de-twitter-es-oportunista-y-propagandistico>
- Orihuela J. (2011c). 80 claves sobre el futuro del periodismo: una selección de artículos publicados en Digital Media Weblog de Abc.es. Ediciones Anaya Multimedia. España
- Peraza, A. (2014). *El discurso del mesías davídico en Chávez*. En Bisbal, Marcelino (Ed.) La política y sus tramas, mirada desde la Venezuela del presente, (163-166). Caracas: ediciones Visión Venezuela.
- Petkoff, T. (2010). *El chavismo como problema*. Caracas-Venezuela: Libros Marcados, C. A.
- Prensa Presidencial 16 de mayo de 2010. *Chávez: Twitter me ha dado más trabajo pero es una gran satisfacción*. Recuperado de: <http://www.correodelorinoco.gob.ve/politica/chavez-twitter-me-ha-dado-mas-trabajo-pero-es-una-gran-satisfaccion/>
- Proyecto Nacional Simón Bolívar (2007). *Primer plan socialista de la nación. PPSN. Desarrollo económico y social de la nación. 2007-2013*. (2007). Caracas: Edición del Ministerio del Poder Popular para la Planificación y Desarrollo.
- Ramos, A. (2009). *El Experimento Bolivariano. Liderazgo, partido y elecciones*. Mérida: Centro de investigaciones de Política Comparada, Universidad de Los Andes.
- Rojas, L. (2012). *Axiología de una forma de gobernar. La propuesta en escena del lenguaje en el ciberespacio twiteriano de @chavezcandanga*. Recuperado de: http://www.ipb.upel.edu.ve/ticypedagogia/memoria/Memorias_III_Congreso_Internacional_TIC_y_Pedagogia_UPEL-IPB.pdf

- Rusque, A. (2007). *De la diversidad a la unidad en la Investigación Cualitativa*. Caracas-Venezuela: Editores Vadell Hermanos. Tercera edición.
- Said Hung, E., ArcilaCalderón, C. (2011). Online opinion leaders in Colombia, Venezuela and Iran. Case Top20 most view users in Twitter. *Communication & Society* 24(1), 75-100. Recuperado de: [file:///C:/Users/Omaira/Downloads/20110526174344%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/Omaira/Downloads/20110526174344%20(3).pdf)
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación*. Barcelona: Gedisa editorial.
- Scolari, C. (2007). Digitalismo. Com.[Mensaje en un blog]. Recuperado de: http://digitalistas.blogspot.com/2007_09_01_digitalistas_archive.html
- Sosa, A. (2014). Discernimiento de Análisis y propuestas en Venezuela hoy. Semana de la teología del ITER-2014. Ensayo .
- Straust, A. y Corbin, J. (2002). Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada. Colombia. Edit. Universidad de Antioquia. 9)
- Treasury Board of Canada Secretariat. (2011). Guideline for External Use of Web 2.0. Recuperado a partir de <http://www.tbs-sct.gc.ca/pol/doc-eng.aspx?id=24835§ion=text>
- Treasury Board of Canada Secretariat. (2011). Guideline for External Use of Web 2.0. Recuperado a partir de <http://www.tbs-sct.gc.ca/pol/doc-eng.aspx?id=24835§ion=text>
- Torres, A. (2013). Chávez y su poder simbólico. En Bisbal, Marcelino (Ed.) La política y sus tramas, mirada desde la Venezuela del presente, (142-146). Caracas: ediciones Visión Venezuela.
- Torres, A. (2010, diciembre 9). Prodavinci. [Mensaje en un blog] Recuperado en <http://prodavinci.com/2010/12/09/actualidad/la-republica-alucinada-ana-teresa-torres-y-el-pasado-que-se-quedo/>
- Twven. com Twitteros en Venezuela (2012) Recuperado en <http://twven.com/d/chavezcdanga> .
- Valecillos, C. (2014). La construcción de representaciones sociales en los discursos anuales de los presidentes venezolanos: Betancourt, Caldera, Pérez y Chávez. Universidad Complutense. Madrid: España.
- Van Dijk, T. (2014). Conociendo el mercado de internet latinoamericano. Recuperado en <http://tendenciasdigitales.com/> Van DijkTeun A. (sf). *Discurso en sociedad* - Página

web de Teun A. van Dijk. *Discurso en Sociedad*. Recuperado Diciembre 14, 2011.
Recuperado de: <http://www.discursos.org/>

VTV. *Hugo Chávez habla de Cuenta en su Internet*. YouTube. Disponible en:
<Http://www.youtube.com>

Bdigital.ula.ve

ANEXOS

Bdigital.ula.ve

ANEXO I

Entrevista al politólogo Ysmel Serrano, coordinador de la sala situacional

@chavezcandanga en el período 2010-2012. *

Bdigital.ula.ve

Entrevista al politólogo Ysmel Serrano, coordinador de la sala situacional @chavezcandanga en el período 2010-2012. *

Cuando nace la cuenta en Twitter del presidente Hugo Chávez Frías se hace como un ensayo, ideado por Diosdado Cabello y Tareck El Aissami. Al Presidente Hugo Chávez al comienzo no le gusto el nombre de @chavezcandanga. La cuenta se abrió y a las 24 horas 40 mil seguidores y en menos de 48 horas llegó a 80 mil seguidores una cifra record en Venezuela.

Recuerda el politólogo Ysmel Serra que al Presidente Hugo Chávez ver el impactó que tenía su cuenta en la red social Twiiter envió el primer mensaje cuando iba saliendo a Brasil y lo escribió a la media noche, el mensaje rodó por el mundo entero y comenzó la cuenta a recibir saludos, criticas, peticiones, cuestionamientos entonces el Presidente se dio cuenta que esa era una red social muy movida y ordenó que se creara un equipo de trabajo para llevar todo lo relacionado con @chavezcandanga.

Es así como se decide crear la sala situacional de @chavezcandanga. El coordinador general era para ese entonces el ministro del Interior y Justicia Tareck El Aissami y el coordinador de la sala era el politólogo tachirense Ysmel Serrano quien estuvo desde el momento que se abrió abril de 2010 hasta mediados del 2012.

__ ¿Y por qué le colocaron el nombre chavezcandanga?

__Esa fue una decisión de Diosdado Cabello y Tareck El Aissami, a Chávez no le gusto nunca el nombre de candanga incluso anunció que le cambiaría el nombre. Pero si se busca el candanga en el diccionario dice que es el ángel revelado, en otras partes dice que es la candela, el conflicto pero nosotros lo vimos como la revolución en la red.

__En la sala situación de @chavezcandanga había 200 operadores. Las 24 horas del día a monitoreábamos la cuenta del Presidente Hugo Chávez. En esa sala

teníamos un una sistema tecnológico, conectado con la plataforma del Psuv que permitía que todo mensaje que llegara se certificara, si era favorable, desfavorable, si era repetido, etc.__- Recordó Serrano quien para el momento de la entrevista en noviembre de 2012 ya estaba dejando la coordinación de la sala.

__¿Cuál era la misión primordial de la sala situacional creada especialmente para la cuenta @chavezcandanga?

__La sala situacional tenía dos misiones: dinamizar el blog del Presidente Chávez www.Chavez.org.ve, ya que este tenía un link que indicaba las a solicitudes que la gente hacía y eso iba a un sistema que clasificaba la solicitud si era vivienda, salud y en tiempo real pasaba al despacho del Ministro que le competía el requerimiento. Quienes estaban en la sala lo que hacían era sintetizar lo que la persona escribía. corroborar datos, y luego el sistema permitía que el Ministerio dijera si la respuesta era favorable o en que estatus estaba la solicitud y así lo enviaba a la sala situacional.

__La otra función de la sala chavezcandanga era el Twitter. Al presidente Chávez se le hacía diariamente un informe de lo más relevante de la red social Twitter los temas posesionados, los temas políticos y él los analizaba y en relación a algunas sugerencias que se le hacían él escribía en algunas ocasiones __dijo el coordinador Serrano__. Por ejemplo se le pasaba en el reporte diario el Presidente la situación de tal país, Gaza para citar uno, se le decía que en tales juegos tal atleta ganó medalla y así él se pronunciaba sobre los temas sugeridos o que estaban dominando en la red social Twitter.

Para el politólogo Serrano, el Presidente Chávez consiguió en Twitter una especie de jugueteo y entendió que él podía estar en China escribir un mensaje y no solo se leía en Venezuela sino en todas partes del mundo y al tender esto durante su enfermedad, cuando pasó semanas enteras en Cuba, era su principal medio de comunicación fue la red social.

Un mensaje del Presidente Hugo Chávez alcanzaba en medio día tener 3500 retuits. La cuenta @chavezcandanga en el 2012 estaba entre las 20 de los divos de latinoamericana __en el lugar 14_ como Shakira, Ricky Martín y otros del mundo de

la farándula. Chávez se convirtió en el segundo mandatario más seguido del mundo, el primero es Barack Obama. “Hubo estudio que indican que proporcionalmente, teniendo en cuenta la variable población, la cuenta de Chávez debería ser el primero y de Latinoamérica fue el primero en Twitter”.

Maneja Serrano las cifras de que Twitter comenzó con auge en Venezuela en el 2006 y se basaba más que todo en cuentas del mundo de la farándula. Deporte, mercadeo pero en el 2010 en el año en que el Presidente abrió su cuenta, se genera gran movimiento y los temas políticos relacionados con el mandatario se convertían en tendencia.

— **¿Muchos analistas han dicho que los chavistas creaban seguidores, cuentas falsas, para que creciera la cuenta del Presidente Chávez, hicieron ustedes en la sala situacional algún estudio sobre ello?**

—Eso es posible. Se pueden crear laboratorios para generar seguidores y atacar. También mucha gente creaba sus cuentas para solo comunicarse con el Presidente.

—**¿Y la sala situación investigaba a quienes escribía fuertes críticas al Presidente a través del Twitter?**

—Sí, claro detrás de una cuenta puede existir una persona como no, pero como son redes las interconexiones descubríamos quienes estaban detrás de esas cuentas. Con la enfermedad de Chávez en la sala descubrimos una cuenta que estaba en Estados Unidos y las 24 horas torpedeaba y eran unos laboratorios creados donde estaba Globovisión, La Patilla, Alberto Federico Ravell, Nelson Bocaranda y con tres o cuentas de EEUU posesionaban temas y se replicaba a través de otros medios, eran laboratorios.

La cuenta del presidente Hugo Chávez llegaba a recibir cinco mil mensajes diarios entre peticiones, reclamos, quejas, apoyos, cuestionamientos etc.

— **¿En la sala situacional también advertían al Presidente sobre las críticas que hacía la población a la gestión a través de la red social?**

—Cuando había temas muy críticos en el país que se manejaba por las redes se le pasaba el informe al Presidente. Por ejemplo en el 2011 cuando iba a promulgar

la Ley de Universidad se le dijo que había un ambiente adverso y que no era pertinente aprobarla. Entonces a las 24 horas de entregarle el informe el Presidente en Consejo de Ministro no promulgó la Ley y pidió debate sobre la ley.

— ¿De todas las peticiones que le hacían al primer mandatario nacional a través de la red social Twitter cuáles era las principales demanda de los tuiteros?

—De acuerdo a los mensajes enviados el principal problema del país era la vivienda y así creo la Gran Misión Vivienda. Era lo que la gente pedía. El segundo tema más solicitado en chavezcanda era el desempleo. El tercer tema era la salud, no la inseguridad como se creía, y las demandas en salud se atendían de manera inmediata, incluso se creó un enlace con el Ministerio de Salud para atender tantos requerimientos para operaciones, para medicinas etc. Esto se atendió o se trataba de atender rápidamente. También los seguidores pedían muchos créditos para diversos temas.

Para Serrano, el Twitter del presidente Hugo Chávez, funcionó para auditar la gestión de gobierno. “En la red social la gente decía lo que la administración pública no decía. Pues ese es un auditorio y Chávez una vez me dijo usted es mis ojos en la red, eso fue en un Consejo de Ministros, diga que Ministro trabaja, quién tiene más quejas a través de la red Twitter”.

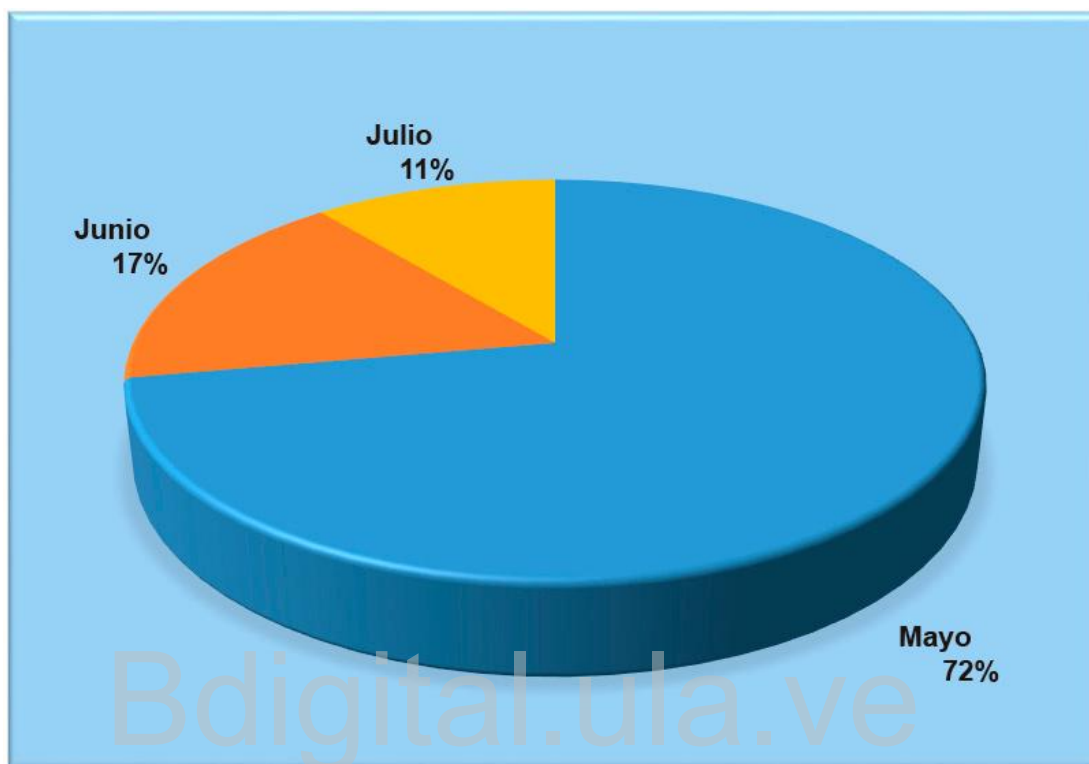
Twitter era un termómetro para el Presidente Hugo Chávez, aseveró el coordinador de la sala chavezcandanga.

***La entrevista se hizo el 28 de noviembre de 2012 en San Cristóbal.**

Bdigital.ula.ve

ANEXO II

**Porcentajes de los tweets emitidos
durante el trimestre analizado del 2010**



Fuente: Labrador (2014).

Figura N° 1
Porcentajes de los tweets emitidos durante el trimestre analizado del 2010

Se puede observar que durante el mes de mayo, cuando comenzó el presidente Hugo Chávez a usar Twitter fue cuando más contenidos emitió a través de de Twitter.