ORBIS
**Revista Científica Electrónica de Ciencias Humanas / Scientific e-journal of Human Sciences**
/ PPX200502ZU1935 / ISSN 1856-1594 / By Fundación Unamuno / Venezuela
/ REDALYC, LATINDEX, CLASE, REVENCIT, IN-COM UAB, SERBILUZ / IBT-CCG UNAM, DIALNET, DOAJ, www.jinfo.lub.lu.se Yokohama National University Library / www.scu.edu.au / www.ebscokorea.co.kr, Google Scholar, www.bib.umontreal.ca [+++]
Cita / Citation:
Vanessa González Mendoza y María Daniela Petersen (2010) **THE REACH OF TWITTER AS A POLITICAL TOOL**
www.revistaorbis.org.ve 16 (5) 98-116

# THE REACH OF TWITTER AS A POLITICAL TOOL

## ALCANCE DEL *TWITTER* COMO HERRAMIENTA POLÍTICA (1)




Vanessa González Mendoza (2) y María Daniela Petersen (3)

**RESUMEN**
El crecimiento masivo del Internet y las posibilidades que éste nos presenta, nos ha hecho seres de gratificación inmediata. La necesidad de conocer, de mantenernos informados y de comunicar a todo momento se erige sobre muchas otras, y rige nuestro día a día. Herramientas como *Twitter* le proporcionan al ciudadano una vía por la cual puede expresar sus ideas, ya sea para ser escuchado o para causar cambio, incluso en el ámbito político. Este artículo busca determinar la influencia y el alcance del *Twitter* en el activismo político de un país.
**Palabras Clave:** Twitter, Activismo, Periodismo, Internet, Ciudadano.

**ABSTRACT**
The massive growth of Internet and all the possibilities that it offers, have made us beings of instant gratification. The need to know, to be informed, and to communicate at all times, stands above many other things, and rules our daily life. Tools like Twitter provide the citizen a way in which they can express their ideas, either to be heard or to make a change even in the political atmosphere. This article searches to determine the influence and the reach of Twitter in the political activism of a country.
**Keywords:** Twitter, Activism, Journalism, Internet, Citizen.

**DOI:http://doi.org/10.5281/zenodo.5108934**

---

(1) La publicación de este artículo ha sido realizada mediante el Sistema de Becas Fundación Unamuno como aporte a la promoción de la investigación. (2) Vanessa González Mendoza y (3) María Daniela Petersen, ambas de la Escuela de Ingeniería en Telecomunicaciones, Universidad Católica Andrés Bello,
Email: vgonzalezmendoza@gmail.com y

ORBIS
**Revista Científica Electrónica de Ciencias Humanas / Scientific e-journal of Human Sciences**
/ PPX200502ZU1935 / ISSN 1856-1594 / By Fundación Unamuno / Venezuela
/ REDALYC, LATINDEX, CLASE, REVENCIT, IN-COM UAB, SERBILUZ / IBT-CCG UNAM, DIALNET, DOAJ, www.jinfo.lub.lu.se Yokohama National University Library / www.scu.edu.au / www.ebscokorea.co.kr, Google Scholar, www.bib.umontreal.ca [+++]
Cita / Citation:
Vanessa González Mendoza y María Daniela Petersen (2010) **THE REACH OF TWITTER AS A POLITICAL TOOL**
www.revistaorbis.org.ve 16 (5) 98-116

Email: mpetersenmarichal@gmail.com

ORBIS
**Revista Científica Electrónica de Ciencias Humanas / Scientific e-journal of Human Sciences**
/ PPX200502ZU1935 / ISSN 1856-1594 / By Fundación Unamuno / Venezuela
/ REDALYC, LATINDEX, CLASE, REVENCIT, IN-COM UAB, SERBILUZ / IBT-CCG UNAM, DIALNET, DOAJ, www.jinfo.lub.lu.se Yokohama National University Library / www.scu.edu.au / www.ebscokorea.co.kr, Google Scholar, www.bib.umontreal.ca [+++]
Cita / Citation:
Vanessa González Mendoza y María Daniela Petersen (2010) **THE REACH OF TWITTER AS A POLITICAL TOOL**
www.revistaorbis.org.ve 16 (5) 98-116

# INTRODUCCIÓN

Activismo puede ser definido como las acciones realizadas bajo la intención de conseguir un cambio, tanto en la política, como en la sociedad o economía. En una sociedad donde los avances tecnológicos parecen ser la orden del día, son muchas las personas que han encontrado en ello una manera de expresar sus ideas.

Hoy en día, se viven viejos conflictos como guerras nuevas. Sin embargo, la sed de comunicar, de simpatizar o de expresar, sigue siendo la misma. Es aquí donde la tecnología ha jugado un papel de lo más importante. Con la llegada del *Internet*, el ser humano perdió cualquier limitación física, que le impidiera llevar sus ideas a todos los rincones del mundo. Desde entonces, son cada vez más las herramientas desarrolladas que le permiten expresarse y relacionarse con otros sobre los más diversos temas. Entre tantas, se pueden nombrar cómo las más populares a *Twitter* y a *Facebook*.

Debido a su naturaleza, el *Twitter* se ha convertido en un canal por el cual el usuario va documentando, como en una bitácora, lo que hace, piensa o acontece en su día a día. Así es como surge una gran pregunta. Siendo *Twitter* tan sencillo, accesible y usado en todo el mundo por numerosas como diversas sociedades; ¿Qué impacto pudiese éste ejercer sobre el activismo político en la sociedad de un determinado país? ¿Sería éste usado e incluso aceptado como canal, para la comunicación masiva de ideas de índole político? A continuación, se relata un estudio realizado en el mes de Noviembre del año 2009, cuyo objeto es determinar la influencia y el alcance del *Twitter* en el desarrollo de activismo político de un país.

ORBIS
**Revista Científica Electrónica de Ciencias Humanas / Scientific e-journal of Human Sciences**
/ PPX200502ZU1935 / ISSN 1856-1594 / By Fundación Unamuno / Venezuela
/ REDALYC, LATINDEX, CLASE, REVENCIT, IN-COM UAB, SERBILUZ / IBT-CCG UNAM, DIALNET, DOAJ, www.jinfo.lub.lu.se Yokohama National University Library / www.scu.edu.au / www.ebscokorea.co.kr, Google Scholar, www.bib.umontreal.ca [+++]
Cita / Citation:
Vanessa González Mendoza y María Daniela Petersen (2010) **THE REACH OF TWITTER AS A POLITICAL TOOL**
www.revistaorbis.org.ve 16 (5) 98-116

## ACTIVISMO: DESARROLLO

Desde que podemos recordar, la raza humana ha participado en algún tipo de activismo. Si se quiere adentrar en la historia, ya en el Neolítico hacia el año 6000 A.C, los habitantes del Egeo habían pasado de ser meros recolectores de alimentos a convertirse en entusiastas agricultores, lo que supone un cambio en la estructura social. Hacia la Edad de Bronce, la mujer ocupa un papel más importante en la sociedad, y se sustituye el patriarcado por el matriarcado; esto debido a que con el desarrollo en la agricultura, a las mujeres se les hacía mucho más difícil manejar las pesadas herramientas por lo cual deciden quedarse en casa. También se observa el comienzo de las distinciones sociales, y es en la Edad de Bronce, donde nace el trueque; y con éste, el comercio y las bases de futuras economías. En cuanto a activismo político, ya en el año 2100 A.C se tiene conocimiento de las primeras invasiones a Grecia Continental, aunque su autoría todavía es un poco confusa.

Sin embargo, no es necesario ir tan lejos para tener pruebas de la enorme cantidad de activismo político a la que el ser humano ha estado involucrado. Guerras, invasiones, derrocamientos, protestas. Todas y cada una de éstas han sido piezas claves en la historia y en el desenvolvimiento de las grandes sociedades antiguas: Egipto, China, India, Grecia, Roma. Numerosas son las revoluciones de ideas a las que la humanidad ha estado sometida, y en las que se vivió gran activismo político: el establecimiento de los Estados Modernos, el desarrollo de la Monarquía Absoluta, la Reforma, la Contrarreforma Católica, la Revolución Industrial, la Revolución Francesa. Y ni hablar de la edad contemporánea: el Imperialismo, las dos guerras mundiales, la Guerra Fría, la Globalización, y por último, lo que se conoce como la Revolución Tecnológica.

ORBIS
**Revista Científica Electrónica de Ciencias Humanas / Scientific e-journal of Human Sciences**
/ PPX200502ZU1935 / ISSN 1856-1594 / By Fundación Unamuno / Venezuela
/ REDALYC, LATINDEX, CLASE, REVENCIT, IN-COM UAB, SERBILUZ / IBT-CCG UNAM, DIALNET, DOAJ, www.jinfo.lub.lu.se Yokohama National University Library / www.scu.edu.au / www.ebscokorea.co.kr, Google Scholar, www.bib.umontreal.ca [+++]
Cita / Citation:
Vanessa González Mendoza y María Daniela Petersen (2010) **THE REACH OF TWITTER AS A POLITICAL TOOL**
www.revistaorbis.org.ve 16 (5) 98-116

A pesar de que el concepto de activismo político trasciende a muchas ideologías y culturas, al pasar los años y las épocas pareciera éste cambiar y volverse ciertamente más amplio. Para estos tiempos, son muchas más las actividades que caben dentro del marco de activismo político.

Mahatma Gandhi, en su lucha por la liberación del pueblo Indio, fue el mayor precursor de los movimientos NO-Violencia, de los cuales se pueden nombrar las marchas cívicas, las protestas pacíficas y las huelgas de hambre. Nelson Mandela posteriormente, fue reconocido como símbolo en la lucha contra el *Apartheid,* mediante métodos no violentos inspirados en la lucha de Gandhi. Actualmente, personajes como éstos, le han dado al activismo político pacifista, una fuerza e importancia magna, convirtiéndolo en la esperanza y oficio de muchos que aspiran cambios.

## LA LLEGADA DEL INTERNET

Con la invasión del internet en el mundo, el activismo político tomó una vez más un nuevo matiz y careta. A sabiendas de que en el Internet la distancia no es un problema, aparecieron muchas personas que decidieron exponer sus ideas y buscar una razón de cambio vía *Web*.

Es conocido que varios son los países que hoy imponen restricciones en el acceso a internet tales como China, Corea del Norte e Irán, pero el mundo dentro de la *Web* en sí es completamente libre. Quienes pueden acceder a él, tienen libertad absoluta de expresarse y de comunicarse con millones de personas, en diversos lugares y sin ningún tipo de censura. Esto le ha dado al activismo político una herramienta más para desarrollarse en cualquier sociedad.

ORBIS
**Revista Científica Electrónica de Ciencias Humanas / Scientific e-journal of Human Sciences**
/ PPX200502ZU1935 / ISSN 1856-1594 / By Fundación Unamuno / Venezuela
/ REDALYC, LATINDEX, CLASE, REVENCIT, IN-COM UAB, SERBILUZ / IBT-CCG UNAM, DIALNET, DOAJ, www.jinfo.lub.lu.se Yokohama National University Library / www.scu.edu.au / www.ebscokorea.co.kr, Google Scholar, www.bib.umontreal.ca [+++]
Cita / Citation:
Vanessa González Mendoza y María Daniela Petersen (2010) **THE REACH OF TWITTER AS A POLITICAL TOOL**
www.revistaorbis.org.ve 16 (5) 98-116

Debido al descubrimiento de la necesidad de expresar vía *Web*, se hicieron desarrollos como los conocidos *Blogs*, los cuales son una especie de diario online que permiten a sus usuarios administradores, sin necesidad de ninguna habilidad técnica, publicar en sus propias páginas *web* pensamientos, opiniones y eventos; siguiendo un orden cronológico donde generalmente las últimas entradas aparecen primero (Koçak-Usluel & Mazman, 2009). Muchas veces, estos comentarios son ilustrados y complementados con imágenes, y en algunos casos, con elementos de audio y video (Torres-Zuniga, 2009). Lo interesante de esto es que cualquier persona puede entrar y leer estos *Blogs*, lo que le da al administrador o "*bloggero*" un sentimiento de libertad absoluta para expresar sus ideas. Junto con el desarrollo de los *Blogs*, nacieron también en el Internet proyectos llamados Redes Sociales, los cuales son programas que soportan la colaboración, la interacción y comunicación de conocimiento e ideas entre usuarios de diferentes lugares (Koçak-Usluel & Mazman, 2009). Estos últimos son considerados comunidades virtuales.

El *Twitter* fue uno de los últimos desarrollos en la *Web*. Se trata un servicio gratuito de micro-blogueo, donde cualquier persona puede crear un perfil de usuario, y publicar mensajes cortos, de un máximo de 140 caracteres. Estos mensajes, llamados "*Tweets*" se van guardando en el perfil de manera consuetudinaria y pueden ser leídos por otros usuarios, quienes deciden a su vez ser seguidores o "*followers*" de tantos usuarios como ellos deseen.

Los *Tweets* pueden ser publicados directamente desde el perfil en *Internet*, o desde un celular, usando aplicaciones como *UberTwitter,* o incluso vía SMS. De igual forma, los perfiles y sus mensajes pueden ser recibidos por sus *followers* por estas mismas vías. Esto, sin duda alguna, le ha dado al *Twitter* un alcance inimaginable en el mundo entero.

ORBIS
**Revista Científica Electrónica de Ciencias Humanas / Scientific e-journal of Human Sciences**
/ PPX200502ZU1935 / ISSN 1856-1594 / By Fundación Unamuno / Venezuela
/ REDALYC, LATINDEX, CLASE, REVENCIT, IN-COM UAB, SERBILUZ / IBT-CCG UNAM, DIALNET, DOAJ, www.jinfo.lub.lu.se Yokohama National University Library / www.scu.edu.au / www.ebscokorea.co.kr, Google Scholar, www.bib.umontreal.ca [+++]
Cita / Citation:
Vanessa González Mendoza y María Daniela Petersen (2010) **THE REACH OF TWITTER AS A POLITICAL TOOL**
www.revistaorbis.org.ve 16 (5) 98-116

## LOS POLÍTICOS Y LA *WEB*

Actualmente, son muchos los políticos que han decidido hacer uso de éstas herramientas, con el fin de llegarles a sus futuros electores. En Barcelona, el candidato al Senado en el 2004 por Convergencia y Unión: Carles Gasóliba, hizo que un periodista de su equipo lo acompañara a sus actos con una cámara digital y lo grabara para luego registrarlo en su blog personal (Fages-Ramió, 2008). Igualmente en España, otro ejemplo claro del uso de la *Web* por parte de políticos es la página: www.poliblocs.cat; un espacio donde se agregan casi un millar de *blogs* catalanes de políticos, militantes y simpatizantes de todos los partidos (Fages-Ramió, 2008).

En cuanto al *Twitter*, se conoce también su gran uso por parte de la comunidad política. Según el periodista Roc Fages-Ramió, en su artículo: *Actitud 2.0: La política más allá de los Blogs,* algunos diputados de parlamentos Autonómicos y del Congreso de España utilizan *Twitter* para comunicarse con sus potenciales votantes; incluso, a veces lo utilizan para comunicarse con sus rivales políticos. También afirma que en Cataluña, es muy interesante seguir los plenos del Parlamento o las comisiones por medio de los comentarios en directo que hacen en *Twitter* tres diputados de tres partidos diferentes, y que pueden ser vistos por cualquier otra persona que también haga uso de esta herramienta (Fages-Ramió, 2008).

En Estados Unidos de América, el mejor caso de un político haciendo uso del *Twitter* es el de Barack Obama. En su lucha por representar al partido demócrata, Barack Obama comenzó a usar *Twitter* en su campaña política. Luego, en su lucha por la presidencia del país, intensificó el uso del *Twitter* como manera de llegarle al votante. Hoy posee alrededor de 3.828.668 seguidores o *followers* en *Twitter*, y es considerado el primer presidente de Estados Unidos de

ORBIS
**Revista Científica Electrónica de Ciencias Humanas / Scientific e-journal of Human Sciences**
/ PPX200502ZU1935 / ISSN 1856-1594 / By Fundación Unamuno / Venezuela
/ REDALYC, LATINDEX, CLASE, REVENCIT, IN-COM UAB, SERBILUZ / IBT-CCG UNAM, DIALNET, DOAJ, www.jinfo.lub.lu.se Yokohama National University Library / www.scu.edu.au / www.ebscokorea.co.kr, Google Scholar, www.bib.umontreal.ca [+++]
Cita / Citation:
Vanessa González Mendoza y María Daniela Petersen (2010) **THE REACH OF TWITTER AS A POLITICAL TOOL**
www.revistaorbis.org.ve 16 (5) 98-116

América en hacer pleno uso de las herramientas de *Web* 2.0 para su campaña política.

En Latinoamérica, se puede ver día a día como fichas claves de la esfera política se van agregando a la comunidad "*Twittera*". Tal es el caso de personajes como Piedad Córdoba, senadora de Colombia. Específicamente en Venezuela, cada vez más políticos se sumergen en *Twitter* y hacen de él una actividad diaria. Tal es el caso del Alcalde del Municipio Baruta en Caracas, Gerardo Blyde, el cual "*Twittea*" desde Septiembre del 2009, y hasta el día de hoy presenta 19.642 seguidores. Igualmente, el Concejal Metropolitano Freddy Guevara, quien "*Twittea*" desde Julio de 2009 y lo siguen 24.855 *followers*; y el Alcalde de la Alcaldía Mayor de Caracas, Antonio Ledezma, quien también lo siguen 39.167 personas.

Como estos personajes políticos venezolanos, existen otros que también son activos en el uso del *Twitter*: El Alcalde del Municipio Sucre de Caracas, Carlos Ocariz (con 27.820 *followers*); Alcalde del Municipio Chacao de Caracas, Emilio Graterón (14.689 *followers*). Vale destacar que en el caso de Venezuela, estos políticos no sólo usan el *Twitter* como medio de difusión de sus propias ideas, sino como herramienta de interacción con la comunidad, donde reciben quejas y *feedback*, a lo que contestan con buena frecuencia.

## LOS CIUDADANOS TAMBIÉN "*TWITTEAN*"

En los párrafos anteriores se comentaron aspectos que sin duda alguna son de gran relevancia. Pero más controversial es la reacción del ciudadano común ante el *Twitter*. Son muchas las personas "comunes" que han encontrado en él una forma de expresar sus ideas, sentimientos y quejas tanto a la comunidad en general, como a sectores más identificados.

ORBIS
**Revista Científica Electrónica de Ciencias Humanas / Scientific e-journal of Human Sciences**
/ PPX200502ZU1935 / ISSN 1856-1594 / By Fundación Unamuno / Venezuela
/ REDALYC, LATINDEX, CLASE, REVENCIT, IN-COM UAB, SERBILUZ / IBT-CCG UNAM, DIALNET, DOAJ, www.jinfo.lub.lu.se Yokohama National University Library / www.scu.edu.au / www.ebscokorea.co.kr, Google Scholar, www.bib.umontreal.ca [+++]
Cita / Citation:
Vanessa González Mendoza y María Daniela Petersen (2010) **THE REACH OF TWITTER AS A POLITICAL TOOL**
www.revistaorbis.org.ve 16 (5) 98-116

El pasado ocho de junio de 2009, se celebraron las elecciones presidenciales en Irán, en las cuales la victoria la tuvo Mahmud Ahmadinejad. Esto causó el descontento y levantamiento de cientos de ciudadanos que se oponían a los resultados, quienes se hicieron escuchar a través del *Twitter*. Luego de que el gobierno iraní decretara medidas para restringir la cobertura de la prensa internacional y censurara la información al exterior, los ciudadanos con sus teléfonos y portátiles fueron los que mantuvieron al mundo informado, vía *Twitter* (González, 2009). Fueron incontables las fotos, los videos y el material gráfico que circularon por el mundo, mostrando la realidad que el gobierno iraní no quería mostrar, el cual, con el objetivo de censurar, ha reducido el ancho de banda para que los iraníes no puedan subir fotos ni videos a la *Web*. Sin embargo, siendo *Twitter* un servicio gratuito, ligero y fácil de acceder (hasta por el celular), se ha convertido en la principal línea de comunicación para el pueblo opositor de Irán (González, 2009).

Otro caso igual de impactante es el de la Bloguera Cubana Yoani Sanchez, la cual desde Abril del 2007 se encuentra relatando la realidad de la vida cubana en su blog: Generación Y. A pesar de haber sido secuestrada, golpeada, amenazada, Yoani sigue relatando y su acción de bloguear lo define como un “ejercicio de cobardía” que le permite decir en ese espacio lo que le está vedado en su accionar cívico (Sanchez, 2009).

El gobierno actual de Raúl Castro implementó un filtro informático que impide a los cubanos ver su *blog*. Sin embargo, con la ayuda de personas fuera de la isla, sus textos son publicados en su *blog* y traducidos en 15 idiomas. Igualmente, debido a estas restricciones, Yoani hace uso constante del *Twitter*, a través de su celular, para expresar sus ideas y comunicarse con sus 48.282 *followers* mundiales.

ORBIS
**Revista Científica Electrónica de Ciencias Humanas / Scientific e-journal of Human Sciences**
/ PPX200502ZU1935 / ISSN 1856-1594 / By Fundación Unamuno / Venezuela
/ REDALYC, LATINDEX, CLASE, REVENCIT, IN-COM UAB, SERBILUZ / IBT-CCG UNAM, DIALNET, DOAJ, www.jinfo.lub.lu.se Yokohama National University Library / www.scu.edu.au / www.ebscokorea.co.kr, Google Scholar, www.bib.umontreal.ca [+++]
Cita / Citation:
Vanessa González Mendoza y María Daniela Petersen (2010) **THE REACH OF TWITTER AS A POLITICAL TOOL**
www.revistaorbis.org.ve 16 (5) 98-116

Gracias a su valentía y fortaleza, Yoani fue acreedora del premio periodismo Ortega y Gasset 2008 en la categoría de trabajo digital. También fue seleccionada por la revista Times entre las 100 Personas Más Influyentes del Mundo en categoría "Héroes y Pioneros", y su *blog* fue incluido entre los 25 Mejores *Blogs* del Mundo en una selección hecha por la misma revista junto a CNN.

Se puede observar que son muchos los personajes políticos y famosos que hacen uso del *Twitter* cotidianamente. Pero son muchísimos más los ciudadanos comunes que lo usan como herramienta tanto para expresar sus ideas y opiniones, como para buscar cambio. Según la página compete.com, la cual da un estimado del tráfico en páginas Web, para el mes de octubre del 2009 el *Twitter* recibió sólo en Estados Unidos 23.042.455 visitas únicas. Esto sin contar la cantidad de visitas que se hacen vía dispositivos móviles como celulares, PDA's, etc. Es lógico presumir que la gran parte de estas visitas es hecha por ciudadanos comunes, más que por personas famosas.

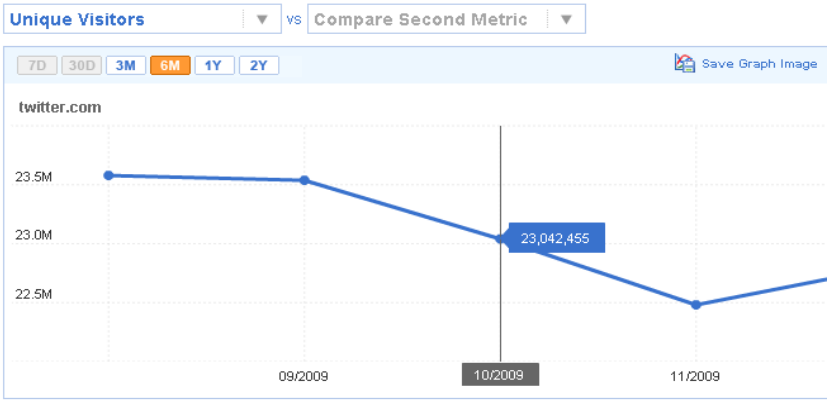



**Ilustración 1. Visitas en el mes de octubre de 2009 a www.twitter.com. Fuente: www.compete.com**

ORBIS
**Revista Científica Electrónica de Ciencias Humanas / Scientific e-journal of Human Sciences**
/ PPX200502ZU1935 / ISSN 1856-1594 / By Fundación Unamuno / Venezuela
/ REDALYC, LATINDEX, CLASE, REVENCIT, IN-COM UAB, SERBILUZ / IBT-CCG UNAM, DIALNET, DOAJ, www.jinfo.lub.lu.se Yokohama National University Library / www.scu.edu.au / www.ebscokorea.co.kr, Google Scholar, www.bib.umontreal.ca [+++]
Cita / Citation:
Vanessa González Mendoza y María Daniela Petersen (2010) **THE REACH OF TWITTER AS A POLITICAL TOOL**
www.revistaorbis.org.ve 16 (5) 98-116

En Venezuela, el *Twitter* pareciera estar en pleno auge. Los medios de comunicación han visto la relevancia de esta herramienta y se han unido a la misma. El aumento de restricciones en materia informativa han hecho que tanto periodistas como medios de comunicación se unan a la "comunidad *Twittera*". Entre ellos se destacan personajes como César Miguel Rondón, Pedro Penzzini Fleury, Alberto Federico Ravell, Leopoldo Castillo, Nelson Bocaranda, Luis Vicente León, Carla Angola, Juan Francisco Bautista, Miguel Enrique Otero, Marta Colomina, Ramón Pasquier, entre otros. Siguiendo la misma línea, también se han creado cuentas de *Twitter* donde los *followers* envían comentarios sobre los más diversos temas, tales como tráfico, sitios para comer, sitios para salir, universidades, entre otros.

## PERIODISTA DE A PIE

Esta interacción entre los usuarios, tanto famosos como ordinarios, tanto políticos como ciudadanos regulares, han hecho de *Twitter* un canal para el esparcimiento y la comunicación de ideas, de noticias, de necesidades. Es así como, en la comunidad internauta surge un nuevo término: el periodista de a pie, el cual es aquel ciudadano común que con un dispositivo móvil es capaz de actuar como corresponsal en una situación o evento, con el fin de transmitir una noticia.

## METODOLOGÍA

Para ésta investigación, se estudió a la sociedad en general. Primeramente se realizó una encuesta en *Twitter*, de la cual se tomaron las 60 primeras respuestas obtenidas de 60 usuarios diferentes. La encuesta llevaba la siguiente pregunta: ¿Cree usted que el *Twitter* puede servir como herramienta de activismo político para el Ciudadano Común?, con sólo dos respuestas posibles: Sí o No.

ORBIS
**Revista Científica Electrónica de Ciencias Humanas / Scientific e-journal of Human Sciences**
/ PPX200502ZU1935 / ISSN 1856-1594 / By Fundación Unamuno / Venezuela
/ REDALYC, LATINDEX, CLASE, REVENCIT, IN-COM UAB, SERBILUZ / IBT-CCG UNAM, DIALNET, DOAJ, www.jinfo.lub.lu.se Yokohama National University Library / www.scu.edu.au / www.ebscokorea.co.kr, Google Scholar, www.bib.umontreal.ca [+++]
Cita / Citation:
Vanessa González Mendoza y María Daniela Petersen (2010) **THE REACH OF TWITTER AS A POLITICAL TOOL**
www.revistaorbis.org.ve 16 (5) 98-116

En segundo lugar se realizaron entrevistas a 4 personajes importantes, tanto en la movida *Twittera* como en el ámbito periodístico venezolano.

## RESULTADOS DE LA ENCUESTA

Inicialmente, los resultados de las encuestas fueron totalizados. 52 de los usuarios opino SÍ, mientras 8 opinaron NO. Por ende, el 86% de los encuestados cree que el *Twitter* puede servir como herramienta de activismo político para el ciudadano común. Mientras que el 14% piensa lo contrario.

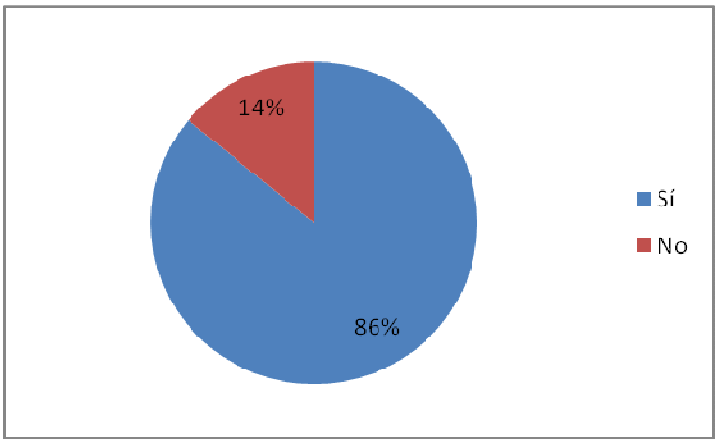



**Ilustración 2. Gráfico de resultados de la encuesta: ¿Cree usted que el *Twitter* puede servir como herramienta de activismo político para el Ciudadano Común?**

## ENTREVISTA A UN PROTAGONISTA DE LA RADIO

En una entrevista realizada a un periodista venezolano que se caracteriza por un gran protagonismo de más de 40 años tanto en la radio, como la televisión y en la prensa escrita, se le preguntó sobre su

opinión en cuanto al alcance del *Twitter* como herramienta de activismo político, para lo cual supo responder:

"yo creo que la mejor demostración del activismo a través del *Twitter* la dio el presidente Barack Obama en su lucha por la presidencia en Estados Unidos ya que estableció por primera vez el uso del *Twitter* en materia política. En Irán ha servido también no sólo como un vehículo de política sino también como una vía de denuncia de las atrocidades del régimen. Siento que es una herramienta nueva que empezará a usarse cada vez más, y estos casos son un ejemplo para muchos países. Ahora, aquí en Venezuela falta mucho todavía, hay que establecer redes que vayan creciendo, pero para que tengan penetración a nivel popular todavía es algo forzado, a pesar del crecimiento telefónico en Venezuela.

También siento que como el gobierno ha ido cercenando y cerrando los espacios, pues se han abocado mucha gente aquí en busca de información. Yo dejé de salir en la radio y ya estoy en los veintiocho mil *followers*. El que quiere información sabe dónde buscarla y el secreto de *Twitter* es precisamente eso, que la gente busque y reciba la información que desea. Yo creo que debido a los que me silenciaron una vez en la radio por algún tiempo, la gente se volcó en *Twitter* para darle apoyo a uno y para obtener información y acceso a lo que uno decía o dice".

Es importante recalcar que este periodista es el venezolano con más seguidores o *followers* en *Twitter*. Además es uno de los periodistas más seguidos en *Twitter* a nivel mundial.

## ENTREVISTA A UN PROTAGONISTA DE LA TELEVISIÓN

A continuación, se realizó una entrevista a un periodista protagonista de la televisión, que actualmente conduce un programa en el canal venezolano Globovisión. Se le preguntó sobre el uso del *Twitter*

ORBIS
**Revista Científica Electrónica de Ciencias Humanas / Scientific e-journal of Human Sciences**
/ PPX200502ZU1935 / ISSN 1856-1594 / By Fundación Unamuno / Venezuela
/ REDALYC, LATINDEX, CLASE, REVENCIT, IN-COM UAB, SERBILUZ / IBT-CCG UNAM, DIALNET, DOAJ, www.jinfo.lub.lu.se Yokohama National University Library / www.scu.edu.au / www.ebscokorea.co.kr, Google Scholar, www.bib.umontreal.ca [+++]
Cita / Citation:
Vanessa González Mendoza y María Daniela Petersen (2010) **THE REACH OF TWITTER AS A POLITICAL TOOL**
www.revistaorbis.org.ve 16 (5) 98-116

en su espacio y la importancia que le da al mismo, para lo cual contestó:

"Este programa es interactivo. Fue el primero que combinó radio con televisión, luego con llamadas telefónicas en vivo, mensajería de texto y ahora con el *Twitter*. *Twitter,* como una red social me permite en un momento determinado llevar una información, por ejemplo de tránsito, o sobre algo que está ocurriendo inmediatamente. También me permite enfocar, buscar en nuestra mensajería de texto y corroborar la información; porque lo que también ocurre con el *Twitter*, es que gracias a su velocidad, en un momento determinado pudiese no ser cierta la información que llega y se necesita confirmar al menos por dos fuentes. Pero evidentemente, es un mecanismo muy rápido que te permite saber que ese tema que estás tratando le está llegando a la ciudadanía.

Luego, también el *Twitter* es manejado fundamentalmente por aquellos que han hecho de la web y de la tecnología su herramienta de trabajo, por lo cual esta herramienta me permite interactuar con un público que es mucho más activo que el que normalmente ve la televisión o escucha la radio. Para mí es un mecanismo enorme para conseguir un *feedback* inmediato, para recoger información, de manera que es de gran utilidad. A eso le tenemos que sumar también lo que es el Reportero Digital que son aquellas imágenes que capta la gente a través de sus celulares, lo que nos permite tener en instantáneo una imagen de cierta situación, cuando las cámaras de televisión se tardan en llegar al lugar. De manera que la combinación de todos estos elementos enriquece a los programas. Yo no creo que uno sustituya al otro, todo lo contrario"

ORBIS
**Revista Científica Electrónica de Ciencias Humanas / Scientific e-journal of Human Sciences**
/ PPX200502ZU1935 / ISSN 1856-1594 / By Fundación Unamuno / Venezuela
/ REDALYC, LATINDEX, CLASE, REVENCIT, IN-COM UAB, SERBILUZ / IBT-CCG UNAM, DIALNET, DOAJ, www.jinfo.lub.lu.se Yokohama National University Library / www.scu.edu.au / www.ebscokorea.co.kr, Google Scholar, www.bib.umontreal.ca [+++]
Cita / Citation:
Vanessa González Mendoza y María Daniela Petersen (2010) **THE REACH OF TWITTER AS A POLITICAL TOOL**
www.revistaorbis.org.ve 16 (5) 98-116

## ENTREVISTA A UN PROTAGONISTA, EXDIRECTOR DE CANAL DE TELEVISIÓN

También se tuvo la oportunidad de entrevistar a otro verdadero protagonista, quien fue el director del canal de televisión Globovisión por 15 años, y que también es una persona muy activa en *Twitter*. Se le preguntó su opinión acerca del *Twitter* como herramienta de activismo:

"El *Twitter* se ha convertido en una terapia de grupo que le da rienda suelta a las personas que participan, y algunos se convierten en cómicos, otros en periodistas, otros en científicos, otros en pronosticadores; con una gran ventaja, que es que cuando a ti no te gusta alguien, simplemente le das *unfollow* y así no sigues recibiendo sus comentarios. Entonces el que se queja de tus mensajes porque le parecen fastidiosos, simplemente te castiga pulsando un botón. Ojalá en Venezuela pudiésemos pulsar un botón para dejar de oír al que nos fastidia. Sin duda alguna, yo creo que se va a convertir en una herramienta muy dura de activismo político.

Hay muchas personas a las que se les han quitado los programas de radio, y se desmoñan en el *Twitter* y dicen cualquier cosa. De igual manera hay mucha gente a la que le han quitado la columna de los periódicos y por el *Twitter* dicen cualquier cosa. Hay mucha gente famosa que no se atreven a decir su nombre y escriben mediante un seudónimo. Generalmente los seudónimos no tienen muchos seguidores, la gente prefiere seguir a los que son genuinos y verdaderos, y es una gran oportunidad el tener a quince mil personas, que puedan hablarte de tú a tú y igualmente obtener tu respuesta, porque también recuérdate que hay muchos *Twitteros* que están afuera del país (Venezuela). Aquí la gente está hablando con el grupo musical Calle13, con el cantante Juanes y hasta con la senadora colombiana

ORBIS
**Revista Científica Electrónica de Ciencias Humanas / Scientific e-journal of Human Sciences**
/ PPX200502ZU1935 / ISSN 1856-1594 / By Fundación Unamuno / Venezuela
/ REDALYC, LATINDEX, CLASE, REVENCIT, IN-COM UAB, SERBILUZ / IBT-CCG UNAM, DIALNET, DOAJ, www.jinfo.lub.lu.se Yokohama National University Library / www.scu.edu.au / www.ebscokorea.co.kr, Google Scholar, www.bib.umontreal.ca [+++]
Cita / Citation:
Vanessa González Mendoza y María Daniela Petersen (2010) **THE REACH OF TWITTER AS A POLITICAL TOOL**
www.revistaorbis.org.ve 16 (5) 98-116

Piedad Córdoba. Sin duda alguna, para mi actualmente el *Twitter* tiene una gran importancia y proyección en el futuro".

## ENTREVISTA A UN PROTAGONISTA DEL INTERNET

Por último, se entrevistó al Director de la Agencia de Estrategias Digitales la Conversa y gran conocedor del *Twitter*, y se le preguntó su definición propia del *Twitter*:

"*Twitter* una plataforma de comunicación de información instantánea donde cualquier persona con acceso a un teléfono celular y conexión a internet toma la envestidura de corresponsal, capaz de transmitir una información o un hecho escrito, audio, video o imagen a millones de personas en el mismo momento que está ocurriendo. Esta es una definición orientada al tema del periodismo de la gente a pie. Definitivamente, el *Twitter* como plataforma es una herramienta creada para cualquier tipo de persona que esté interesada en comunicar sus ideas; puede ser un artista plástico, un cineasta, alguien que está escribiendo un libro y quiere recibir *feedback*. También puede ser gente dedicada el mundo político. Si en algún momento los políticos deciden estar en contacto con la gente de la calle, ellos deben ser muy consecuentes con las personas que le escriban. Incluso, algunas veces les van a escribir cosas que no quieren leer, pero pienso que el *Twitter* como una plataforma política va a acercar a aquellos que quieran acercarse a la gente".

## ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Después de la obtención de los resultados provenientes de la encuesta, se pudo observar que la mayoría de los encuestados, constituida por un 86%, cree que el *Twitter* sí puede ser usado como una herramienta de activismo político para el ciudadano común. Sin embargo, un 14% pensó lo contrario. Haciendo una observación de los

comentarios hechos por los encuestados durante el experimento, muchos consideran al *Twitter* como una herramienta de inmenso poder para el esparcimiento de ideas. A pesar de ésto, el mayor problema que estos encuestados reseñaban en sus comentarios era la penetración de esta herramienta en todos los sectores sociales de un país.

En países en desarrollo como Venezuela, aún con el gran crecimiento telefónico, la penetración del internet en la geografía del territorio es muchísimo más limitada que en países desarrollados como Estados Unidos. Esto sin duda alguna restringe el alcance de la herramienta *Twitter* en todos los niveles socioeconómicos.

Como resultado, de las entrevistas realizadas y de los comentarios de los encuestados, se consiguió en su mayoría, un punto en común: y es que en los sectores donde el *Twitter* ya ha penetrado con fuerza, sin duda alguna esta herramienta propicia y fundamenta el desarrollo de ideas de índole político. Esto no sólo para fichas clave de la esfera política de un país, sino también para los ciudadanos comunes, que han encontrado en él una vía para expresar sus ideas y emociones. De ésta necesidad de expresarse y ser escuchado, nacen definiciones nuevas como la del periodista de a pie, un fenómeno que refleja un nuevo compromiso por la noticia y por la información.

Sin duda alguna, según comentó el protagonista de la televisión, el *Twitter* se presenta como una herramienta de gran eficacia en la conducción de un programa televisivo, cuyo aspecto principal es la interacción con la ciudadanía. Su rapidez, sencillez y alcance permite al conductor recibir un *feedback* inmediato de su público, además de información extra que esté sucediendo en el momento.

En países donde la libertad de expresión cada vez es más restringida, el *Twitter* le permite al ciudadano expresar sus ideas y su

ORBIS
**Revista Científica Electrónica de Ciencias Humanas / Scientific e-journal of Human Sciences**
/ PPX200502ZU1935 / ISSN 1856-1594 / By Fundación Unamuno / Venezuela
/ REDALYC, LATINDEX, CLASE, REVENCIT, IN-COM UAB, SERBILUZ / IBT-CCG UNAM, DIALNET, DOAJ, www.jinfo.lub.lu.se Yokohama National University Library / www.scu.edu.au / www.ebscokorea.co.kr, Google Scholar, www.bib.umontreal.ca [+++]
Cita / Citation:
Vanessa González Mendoza y María Daniela Petersen (2010) **THE REACH OF TWITTER AS A POLITICAL TOOL**
www.revistaorbis.org.ve 16 (5) 98-116

realidad no solamente a sus compatriotas, sino también al resto del mundo. Tal es el caso de lo ocurrido en Irán durante las elecciones pasadas, o el caso de la bloguera Cubana Yoani Sanchez. Pero sin necesidad de ir tan lejos, en países como Venezuela donde 34 emisoras de radio han sido cerradas al igual que varias columnas de periódicos, muchos periodistas han encontrado en el *Twitter* el apoyo y los oyentes que con entusiasmo piden información.

## CONCLUSIÓN

Al terminar el análisis de los resultados obtenidos, se puede concluir que el *Twitter* es una herramienta de alto impacto sobre el desarrollo de activismo político de un país, siendo usado y aceptado como canal, para la comunicación de ideas de índole político.

El *Twitter* es usado tanto por políticos, como por famosos y más que todo por ciudadanos comunes, quienes consiguen en él una vía por la cual pueden expresarse libremente sin ningún tipo de censura, y más importante, puedan ser escuchados.

ORBIS
**Revista Científica Electrónica de Ciencias Humanas / Scientific e-journal of Human Sciences**
/ PPX200502ZU1935 / ISSN 1856-1594 / By Fundación Unamuno / Venezuela
/ REDALYC, LATINDEX, CLASE, REVENCIT, IN-COM UAB, SERBILUZ / IBT-CCG UNAM, DIALNET, DOAJ, www.jinfo.lub.lu.se Yokohama National University Library / www.scu.edu.au / www.ebscokorea.co.kr, Google Scholar, www.bib.umontreal.ca [+++]
Cita / Citation:
Vanessa González Mendoza y María Daniela Petersen (2010) **THE REACH OF TWITTER AS A POLITICAL TOOL**
www.revistaorbis.org.ve 16 (5) 98-116

## REFERENCIAS

About Twitter. *Twitter*. Recuperado el 11 de Noviembre de 2009, de http://twitter.com/about#about.

Barassi, Veronica (2009). "Mediating Political Action: Internet related Beliefs and Frustrations amongst International Solidarity Campaigns in Britain". In: E. ARDÈVOL, A. ROIG (coords.). "Researching media through practices: an ethnographic approach" . *Digithum.* Iss. 11. UOC. Recuperado el 15 de Noviembre de 2009, de http://digithum.uoc.edu/ojs/index.php/digithum/article/view/n11_barassi/n11_barassi_eng

Fages-Ramió, Roc. (2008). Actitud 2.0: la política más allá de los blogs. *IV Congreso Internet, Derecho y Política (IDP). Software social y Web 2.0: Implicaciones jurídico-políticas*. *IDP.* Revista de Internet, Derecho y Política. N.º 7. UOC. Recuperado el 19 de Noviembre de 2009, de http://www.uoc.edu/idp/7/dt/esp/fages.pdf

González, P. (2009). El fracaso de las elecciones en Irán reafirma el triunfo del periodismo ciudadano y Twitter. *Periodismo ciudadano.com.* Recuperado el 15 de Noviembre de 2009, de http://www.periodismociudadano.com/2009/06/16/el-fracaso-de-las-elecciones-en-iran-reafirma-el-triunfo-del-periodismo-ciudadano-y-twitter/

Grossman, Lev. (2009, June 17). Iran protest: Twitter, the medium of the movement. *Time.com*. Recuperado el 19 de Noviembre de 2009, de http://www.time.com/time/world/article/0,8599,1905125,00.html.

Iran protesters using tech to skirt curbs. (2009, June 15). *CBSNews.com*. Recuperado el 16 de Noviembre de 2009, de http://www.cbsnews.com/stories/2009/06/15/earlyshow/leisure/gamesgadgetsgizmos/main5088668.shtml.

ORBIS
**Revista Científica Electrónica de Ciencias Humanas / Scientific e-journal of Human Sciences**
/ PPX200502ZU1935 / ISSN 1856-1594 / By Fundación Unamuno / Venezuela
/ REDALYC, LATINDEX, CLASE, REVENCIT, IN-COM UAB, SERBILUZ / IBT-CCG UNAM, DIALNET, DOAJ, www.jinfo.lub.lu.se Yokohama National University Library / www.scu.edu.au / www.ebscokorea.co.kr, Google Scholar, www.bib.umontreal.ca [+++]
Cita / Citation:
Vanessa González Mendoza y María Daniela Petersen (2010) **THE REACH OF TWITTER AS A POLITICAL TOOL**
www.revistaorbis.org.ve 16 (5) 98-116

Koçak-Usluel, Y., Mazman, S. G. (2009). Adoption of Web 2.0 tools in distance education. *International Journal of Human Sciences*. 6:2. Recuperado el 17 de Noviembre de 2009, de http://www.insanbilimleri.com/en

Lerma Noriega, Claudia Alicia (2009): "Implementación del periodismo interactivo en los portales de la prensa mexicana", en RLCS, *Revista Latina de Comunicación Social*, 64, páginas 787 a 801. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna. Recuperado el 17 de Noviembre de 2009, de http://www.revistalatinacs.org/09/art/861_ITESM/62_68_CA_Lerma.ht

Mosco, Vincent. (2008). Current trends in the political economy of communication. *Global Media Journal -- Canadian Edition*, *1*(1), 45-63. Recuperado el 16 de Noviembre de 2009, de http://www.gmj.uottawa.ca/inaugural_mosco.pdf

Torres-Zuniga, V. (2009). Blogs as an effective tool to teach and popularize physics: a case study. *Latin American Journal of Physics Education.* 3:2. Recuperado el 19 de Noviembre de 2009, de www.journal.lapen.org.mx/May09/lajpe240.preprint.pdf

Sanchez, Y (2009). My Profile. *Generación Y.* Recuperado el 16 de Noviembre de 2009, de www.desdecuba.com/generationy/?page_id=108

Sanmartí, N. y Trujillo, J. (2009): Las características de la actividad generada en un escenario informático tipo foro, Revista Electrónica de Investigación en Educación y Ciencias, 1, páginas 34 a 39. Recuperado el 18 de Noviembre de 2009, de http://www.exa.unicen.edu.ar/reiec/files/num_esp/2009/REIEC_esp_2009_art3.pdf.