

Twitter y participación ciudadana en Venezuela¹

Alfredo Montilla²

Centro de Investigación de la Comunicación y la Información (CICI)
Universidad del Zulia. Maracaibo, Venezuela.

RESUMEN

Paralelamente a las reformas de las leyes de Venezuela y otras naciones de Latinoamérica en los años noventa por la crisis de representación, Internet ha ido ganando terreno como espacio para la deliberación política. Mundialmente, las redes sociales y en particular Twitter funcionan como canales de participación ciudadana. Los objetivos de este estudio fueron determinar el perfil, modalidades de conexión y participación de los venezolanos que intervinieron en la discusión de las elecciones parlamentarias del 26 de septiembre de 2010 a través del Twitter. Según los resultados, Internet posibilita la discusión democrática entre gobernantes, políticos y personas con intereses similares, aunque la política de calle no es sustituida por la red: la población estudiada pertenece en su mayoría a organizaciones civiles, políticas y religiosas.

PALABRAS CLAVE: Venezuela; Twitter; participación ciudadana; ciberactivismo; elecciones parlamentarias.

INTERNET: UN ESCENARIO PARA LA PARTICIPACIÓN

La llegada de Hugo Chávez a la presidencia de Venezuela se llevó a cabo en un entorno latinoamericano marcado por la crisis de la representación. La necesidad de contar con nuevos escenarios de deliberación era evidente, ante una sociedad que demandaba mayor participación en los asuntos políticos, más allá de los procesos electorales, lo cual conllevó a reformas en el marco legal, al igual que en varios países latinoamericanos en los años 90 (Cunill, 1997).

Una de las dimensiones de esta crisis de representatividad, según Salazar (2005), se evidenciaba en un bloqueo de la comunicación entre el Estado y la sociedad, lo cual, con el traslado de la política a la calle, conllevó a la creación de nuevos espacios autónomos estratégicos, a través de redes emergentes de asociatividad que reclamaban los derechos de los excluidos.

Los nacientes movimientos sociales, con sus distintas manifestaciones en los distintos países de Latinoamérica, asumieron un mayor control, abriendo y activando sus cajas de

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Desenvolvimento Regional e Local. XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Recife, PE – 2 a 6 de setembro de 2011.

² Magister en Ciencias de la Comunicación. Licenciado en Comunicación Social. Investigador adscrito al (CICI) de La Universidad del Zulia. E-mail: montilla.alfredo@gmail.com

herramientas movilizadoras e ideológicas, provenientes de los sectores populares “y no de la izquierda tradicional” (Salazar, 2005, p.61). Sin embargo, esta “ciudadanía emancipada” fuera de los tutelajes, aún no está consolidada.

Paralelamente, Internet ha ido ganando terreno como espacio para la deliberación política, ofreciendo un nuevo sitio de encuentro ante esa crisis de representatividad. En Venezuela, por más de una década, la red de redes se ha venido consolidando como una alternativa de expresión por parte de la ciudadanía, primero a través de foros y listas de discusión, pasando por los correos electrónicos, y ahora las redes sociales, ante la hegemonía mediática de las empresas tradicionales de comunicación masiva (Neüman, 2003).

Ante esta realidad, en un país políticamente polarizado, ¿puede Internet incidir en la sustitución del activismo tradicional por uno cibernético? En 2001, 3,24% de la población venezolana tenía acceso a la World Wide Web. En el primer trimestre de 2011, esa cifra era de 36,05%, es decir, había 10.421.557 usuarios de Internet en un país de 28.909.977 habitantes (Conatel, 2011). Paralelamente a ese crecimiento, diversos programas gubernamentales de acceso gratuito a la red, como el de Infocentros, o el de los Centros de Gestión Parroquial, han permitido aminorar la brecha digital, buscando además estimular la participación ciudadana, al crear un contacto entre los ciudadanos y sus gobernantes, vía Gobierno electrónico (Montilla, 2011).

La red social Twitter surge en 2006, siendo un nuevo espacio en el cual se manifiestan opiniones, críticas, denuncias, propuestas y mensajes de toda índole con una determinada carga política, y siendo además utilizada como canal de comunicación entre gobernantes y gobernados, siendo la cuenta @chavezcandanga (perteneciente al presidente Hugo Chávez) el ejemplo más destacable con 1.686.993 seguidores o *followers*. Un estudio global colocó a Venezuela, con un 19%, como el tercer país (detrás de Indonesia con 20,8% y Brasil con 20,5%) con la mayor proporción de usuarios que accede a Internet desde el hogar o lugar de trabajo, visitando Twitter.com, en agosto de 2010, según cifras de ComScore (2010).

El accionar ciudadano a través de las redes sociales pone de manifiesto varias características descritas en estudios sobre el ciberactivismo en Internet. La creación de

la opinión pública y su influencia sobre la agenda setting, o la comunicación para la organización de la ciudadanía, se han constatado en varios estudios.

En las “conversaciones” en Twitter, los “*hashtags*” o “palabras claves” aluden a la aprobación o rechazo de los venezolanos hacia sus grupos políticos o gobernantes, característica evidenciable durante los procesos electorales a escala local, regional o nacional.

Por ello, se realizó un estudio piloto que tiene como objetivo general, determinar el perfil de los venezolanos que participaron en la discusión de las elecciones parlamentarias del 26 de septiembre a través del Twitter, utilizando para ello los “*hashtags*”, los cuales permiten unir a varios usuarios en una misma conversación, independientemente de que no se sigan mutuamente. Asimismo, como objetivos se incluyen el estudio de las modalidades de conexión y participación tomadas del modelo del estudio de González (2005) sobre los grupos de interés político en Internet en Venezuela.

CIBERACTIVISMO EN VENEZUELA

Diversos estudios describen la apropiación social de Internet por parte de los ciudadanos, para la participación política en Venezuela. Neümen (2003, p.6) cita a Gonzalo (2003), quien en su trabajo “Ciberpolítica” sostiene que los ciudadanos han logrado un nivel de apropiación de esta tecnología que les permite hacer política en el ciberespacio. Apunta que “esta es una nueva, valiosa y representativa forma de participación ciudadana a la cual acceden los venezolanos ahora cuando “estar enchufados” adquiere sentido”, en momentos en los cuales se hacen necesarias nuevas formas de comunicación, distintas a las tradicionales a través de los *mass media* polarizados por la situación política.

Asimismo, González (2003) describió en su estudio sobre los grupos políticos venezolanos en Internet, cómo los ciudadanos de este país podrían coadyuvar a la difusión de puntos de vista que han sido censurados por los grandes medios, con el fin de construir una sociedad democrática, participativa y protagónica.

Esta característica acuñada al nuevo medio digital, forma parte de la cultura de la libertad señalada por Castells (2002). Internet simboliza la libertad y se trata de una

herramienta más cultural que tecnológica, por cuanto se trata de un medio de participación y comunicación horizontal y plural, no sujeto a las líneas editoriales de los medios tradicionales.

La evolución de los nuevos medios trasciende ahora a la web 2.0, la cual resalta por la participación y control de los contenidos en los medios digitales por parte de los usuarios, tal como explica O'Reilly (2005), citado en Cobo y Pardo, (2007, p.49), para quien los nuevos desarrollos de Internet facilitan “la conformación de una red de colaboración entre individuos, la cual se sustenta en lo que él llama una arquitectura de la participación”. Ahora la colaboración entre los usuarios condiciona el alcance y funcionalidad de estas nuevas herramientas como Facebook, Youtube o Twitter, en las cuales se puede discutir sobre política.

Resina (2010), identifica la existencia de dos grandes posiciones en relación al potencial democrático de las nuevas tecnologías. Por un lado, se ubican los “ciberoptimistas”, para quienes la red de redes se convierte en una estructura de oportunidad para la participación. En el otro extremo se encuentran los “ciberescépticos”, quienes subrayan la importancia de los aspectos contextuales por encima del potencial tecnológico.

Dicho esto, se toma la idea de que los procesos efectuados a través de la red de redes por los usuarios, como por ejemplo, deliberar sobre asuntos políticos, dependen de un conjunto de factores que deben ser tomados en cuenta: la brecha digital, el contexto socio político y cultural de la sociedad donde se desenvuelve, así como el nivel educativo. Si bien la red es una oportunidad para los grupos tradicionalmente marginados, es menester tomar en cuenta la idea de Sunstein (2001), citado por Resina (2010, p.9), para quien en Internet “se da una sobreabundancia de fuentes, con tendencia a la polarización, y en donde se reproducen los mismos discursos que en los *mass media*”.

Ahora bien, Twitter es una nueva plataforma en la cual a través de 140 caracteres o menos, se pueden transmitir informaciones o “tuits”, con una capacidad de actualización constante y la posibilidad de utilizar enlaces para profundizar en la información, así como “*hashtags*” que logren asociar y conectar a todos los que “tuitean” sobre un determinado tópico. La comunicación sin intermediarios, entre las cuentas de usuarios comunes y las oficiales de políticos, gobernantes y medios de comunicación permite un

verdadero intercambio de ideas entre los actores políticos de una sociedad. Con la utilización de los “*hashtags*” o “palabras clave”, es posible unirse a conversaciones sobre un tema específico, independientemente de que dichos usuarios sigan o no sus respectivas cuentas.

METODOLOGÍA DEL ESTUDIO

Se trata de una aproximación para estudiar el perfil de los usuarios venezolanos que intercambian ideas por medio de la red social Twitter durante los procesos electorales, a través de un estudio piloto, exploratorio-descriptivo, ya que es un tema poco estudiado. Además es cuantitativo con una muestra autoseleccionada. El instrumento de medición fue un cuestionario autoadministrado, diseñado en el programa Google Docs.

La población estuvo conformada por todos los usuarios que utilizaron los *hashtags* alusivos al 26 de septiembre, participando en la discusión a través de Twitter de las elecciones para los diputados de la Asamblea Nacional de Venezuela. La delimitación temporal fue desde las 12:00 am del 26 de septiembre, hasta las 12:00 am del 27 de septiembre.

Para efectos de este estudio, se creó la cuenta de Twitter @Sondeoluz, abierta a todo público, por medio de la cual se efectuaron 363 tweets (15 tweets por hora aproximadamente, que representó un tweet cada cuatro minutos) invitando a los usuarios de esta red social a participar en el cuestionario autoadministrado.

Para poder estar visibles ante los usuarios que intervinieron en comentarios vinculados a las elecciones del 26 de septiembre (y sin que éstos necesariamente tuvieran que seguir la cuenta @sondeoluz para poder acceder al instrumento), se utilizaron los *hashtags* o “palabras clave”: #eleccionesparlamentarias #26S #Venezuela #Ejercer #unidadycambio #venceremos #cohetes #FreeMediaVe #Vota. Estos *hashtags* fueron los más utilizados tanto por partidarios del Gobierno nacional como opositores a éste, durante la jornada electoral del 26 de septiembre, en la cual se eligieron los diputados que ocuparían los curules de la Asamblea Nacional de Venezuela.

LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación presentó ciertas limitaciones al momento de la aplicación del instrumento de medición, por cuanto el mismo dependía de algunos factores que escapaban del control de los investigadores. Se presentaron fallas en el servicio de conexión a Internet, que en ocasiones paralizaban el envío de tuits invitando a los usuarios a participar. Igualmente, se constató la saturación del servicio del Twitter en horas de alto tráfico entre los usuarios venezolanos, como por ejemplo, los momentos antes de la exposición de los resultados de las elecciones parlamentarias.

También se sumó el factor de la credibilidad de la cuenta de Twitter creada para el estudio: @sondeoluz. Para evitar este problema, se colocaron los contactos personales de las personas vinculadas al proyecto de investigación, así como una descripción del estudio, que pudiera explicar su naturaleza y procedencia, con el fin de generar confianza en su veracidad.

El problema de credibilidad generó algunos comentarios que sugerían la posibilidad de denuncias de spam a la cuenta @sondeoLUZ y la consiguiente desconfianza de algunos sujetos de estudio. Por último, la ausencia de herramientas que pudieran precisar el número total de usuarios que utilizaban los *hashtags*, imposibilitó determinar a priori la población a estudiar.

PERFIL DE LOS USUARIOS ESTUDIADOS

Entre los que atendieron a la invitación para aplicar el instrumento de medición autoadministrado, se incluyen 128 usuarios de 20 ciudades venezolanas y dos extranjeras. Los resultados de la encuesta destacaron a Maracaibo (con 72 usuarios) como la ciudad donde se conectaron más tuiteros venezolanos que emplearon los *hashtags* relacionados a las elecciones de 26 de septiembre.

En segundo lugar se ubicó Caracas, con 21 usuarios, seguida de Valencia (7), Cabimas (4); San Cristóbal, Mérida, Ciudad Guayana, Barquisimeto y Punto Fijo con dos cada una. Con un usuario cada una, se ubicaron Maracay, Santa Cruz de Mara, Santa Rita, Carrizal, Porlamar, La Asunción, La Grita, Michelena, La Victoria, Puerto La Cruz, Lagunillas y “Ninguno”. Madrid (España) y La Paz (Bolivia) también reportaron un

usuario cada una, siendo las dos ciudades fuera de Venezuela con presencia en la investigación.

Algunos usuarios de Maracaibo, que con anticipación eran conocedores del estudio, retuitearon los contenidos de @sondeoluz de manera constante, por lo cual, sin proponérselo (no conocían la rigurosidad de la metodología), pudieron incidir en el resultado final, resaltando a Maracaibo como la ciudad que reportó mayores participantes.

Para estudios posteriores, se recomienda seguir los patrones metodológicos utilizados en este trabajo de investigación piloto, pero sin que intervengan otras cuentas además de la utilizada expresamente para la función de recabar los datos, como en este caso, fue la cuenta de Twitter @sondeoluz.

El 59 por ciento de los usuarios que respondieron el cuestionario pertenecen al sexo femenino (76 en total), mientras que 41 por ciento responden al masculino (52 en total). Con respecto a la edad, aquellos usuarios de Twitter entre 18 y 28 años, representan el 53 por ciento de la población. Esto infiere que la mayor parte de quienes utilizan el Twitter por razones políticas, son jóvenes y adultos contemporáneos, con edad para cursar estudios universitarios. Le siguen los participantes con edades comprendidas entre 29 y 39 años (con un porcentaje de 22 por ciento). En el tercer renglón se incluyen los usuarios entre 40 y 50 años, quienes representaron 11 por ciento del total de la muestra. El ocho por ciento de la muestra dijo tener menos de 18 años, mientras que un dos por ciento afirmó ser mayor de 50 años.

En la categoría que determina el oficio de los usuarios, se expone que el 21 por ciento proviene del sector educativo, seguido de 16 por ciento empleado del sector privado no perteneciente al educativo y 13 por ciento que ejerce su oficio bajo la modalidad de trabajo a destajo (freelance). El 10 por ciento de los participantes sostuvo tener su propia empresa y cinco por ciento dijo trabajar como empleado público no perteneciente al sector educativo. 32 por ciento de los encuestados se ubicó en la categoría “no sabe / no respondió”³.

³ En la medición del oficio de los participantes, no se colocó la opción “desempleado”.

El último grado de instrucción aprobado por los participantes del cuestionario se localizó, en su mayoría, en la universitaria incompleta (el 24 por ciento). Con el 23 por ciento para cada una, se ubicaron la secundaria completa y la universitaria completa. Con una presencia de 15 por ciento se representan quienes culminaron estudios de maestría, seguidos de seis por ciento que realizaron estudios de diplomado. El tres por ciento terminó la educación técnica, seguido de dos por ciento que terminó alguna otra especialización y dos por ciento, que culminaron algún estudio de doctorado.

Estas cifras manifiestan el alto nivel de instrucción de las personas que utilizaron los *hashtags* de Twitter durante las elecciones del 26 de septiembre de 2010 y que respondieron el cuestionario, por lo cual puede concluirse que tienen conocimientos para el manejo de esta herramienta.

Según los resultados del instrumento de medición, la población estudiada utiliza constantemente los servicios de Internet. En lo que a tiempo conectándose se refiere, el 98 por ciento lleva más de tres años en la web. Dos por ciento dijo conectarse al menos tres años y sólo uno por ciento lo hace desde al menos dos años.

La mayoría de los participantes hacen uso de la web desde sus casas (el 98 por ciento), seguidos por quienes se conectan desde sus lugares de trabajo (52 por ciento), y quienes lo hacen desde casas de los familiares o amigos (22 por ciento). Les sigue un ocho por ciento que lo hacen desde cibercafés. Los infocentros⁴ creados por el Gobierno nacional para ofrecer acceso gratuito a la web tienen una presencia del dos por ciento en el estudio. Por último, un 26 por ciento respondió haberse conectado desde “otros” medios⁵ a la web.

Estas cifras contrastan con las de la empresa consultora Tendencias Digitales (2010), que afirman que en ese año, 49 por ciento de los usuarios del país se conectaba vía cibercafés o centros de conexión, mientras que 48 por ciento lo hacía desde sus hogares. Con respecto a la frecuencia de conexión de los usuarios, los resultados afirman que el 97 por ciento se conecta todos los días, mientras que dos por ciento lo hace al menos tres veces por semana y uno por ciento una vez a la semana.

⁴ Hasta noviembre de 2010 había más de 700 infocentros en todo el país.

⁵ En el estudio de los sitios de conexión de los usuarios se obvió la opción “teléfono móvil”. Se recomienda su inclusión en trabajos posteriores, dado el incremento del uso de Internet a través de estos dispositivos, entre la población venezolana.

A la pregunta ¿Qué grado de interés tiene en la política?, el 48 por ciento respondió tener “mucho interés”, seguida de 36 por ciento que dijo tener “mediano interés” y 14 por ciento que respondió tener “poco interés”. Dos por ciento dijo tener ningún interés.

La dinámica política que caracteriza a Venezuela desde los últimos 10 años hace evidente un interés de los venezolanos en participar en Internet, según han constatado varios estudios. Sin embargo, la cifra de interesados en mayor o mediano interés en la política en la presente investigación, es una singularidad que podría atribuirse al hecho de estudiar a los usuarios de Twitter que utilizan *hashtags* o palabras clave vinculadas al proceso electoral del 26 de septiembre. Por esta razón también se estudió la participación política de estos usuarios fuera de la tuitósfera.

A los ciudadanos se les preguntó: “De los tipos de asociaciones civiles que se presentan a continuación dígame ¿En cuáles ha participado en la ciudad donde usted reside? Puede marcar más de una opción de respuesta”. Entre las opciones se incluían “Sindicato o gremio profesional”, “Asociación de vecinos”, “Partido político”, “Organización No gubernamental (ONG)”, “Iglesia o movimiento religioso”, “Consejo comunal”, “Asociación cultural”, “Ninguna” y “Otra”. En la siguiente tabla se puede apreciar el porcentaje de usuarios que pertenece a alguna organización, grupo u asociación política según los fines:

Tabla 1

Asociaciones civiles	Número de usuarios	Porcentaje
Sindicato o gremio profesional	22	17%
Asociación de vecinos	20	16%
Partido político	13	10%
Organización No gubernamental (ONG)	25	20%
Iglesia o movimiento religioso	22	17%
Consejo comunal	6	5%
Asociación cultural	21	16%
Ninguna	53	41%
Otra	4	3%

A pesar de que la mayoría de los participantes en el estudio no pertenecen a alguna asociación, grupo u organización con fines políticos, casi la mitad respondió

positivamente. Además se constató que este 43 por ciento de la población está vinculado a grupos de diversos campos del conocimiento y de la acción social, con alguna influencia en la comunidad, razón que es de importancia cuando pueden expresarse en Internet. Dicho de otra manera, en la web hay representación de diversos grupos de interés de la sociedad venezolana.

A la pregunta ¿Cree usted que Internet podría ser un medio efectivo para la participación ciudadana?, la respuesta fue afirmativa casi en su totalidad, con 99 por ciento que respondió sí, denotando con ello un enfoque optimista de la ciudadanía con respecto a la utilización de Internet como medio para participar activamente en el contexto político de la sociedad venezolana. El hecho de que esta postura sea manifestada por muchos ciudadanos que participan activamente en la política a través de la web o en la vida cotidiana, demuestra una característica que se ha manifestado desde hace años en el país, sólo que ahora es trasladado a otras plataformas de Internet, en este caso, las redes sociales como Twitter.

A aquellos que respondieron afirmativamente se les volvió a preguntar “¿Por qué cree que Internet podría ser un medio efectivo para ejercer la participación ciudadana? Puede marcar más de una opción de respuesta”. Entre las opciones se incluían: 1) Me permite un mayor acercamiento con los políticos y gobernantes 2) Puedo expresarme libremente 3) Puedo comunicarme con personas que tienen mis mismos intereses 4) Me permite comunicarme con gente y organizaciones de otras naciones 5) Puedo reclamar mis derechos y 6) Otras. En la tabla 2 se expone el porcentaje de opciones marcadas por los participantes del estudio:

Tabla 2

Opciones	Nombre de usuarios	Porcentaje
Me permite un mayor acercamiento con los políticos y gobernantes	76	59%
Puedo expresarme libremente	89	70%
Puedo comunicarme con personas que tienen mis mismos intereses	82	64%
Me permite comunicarme con gente y organizaciones de otras naciones	67	52%

Puedo reclamar mis derechos	47	37%
Otra	37	29%

La mayoría, representada en 70 por ciento, que respondió “Puedo expresarme libremente” es seguida por el 64 por ciento que manifiesta poder comunicarse con personas con sus mismos intereses. El ejercicio del derecho constitucional a la libre expresión y la comunicación, así como la libre asociación para tratar asuntos comunes entre los ciudadanos, es lo que hace Internet un medio popular, siendo Twitter otra de sus tantos formatos para llevarlos a cabo.

La posibilidad de acercamiento con gobernantes, políticos y líderes de opinión también resalta entre los beneficios captados por los venezolanos que utilizan Twitter con fines políticos. El reclamo de los derechos es factible según los entrevistados y ello es tan perceptible que ahora muchos gobernantes, políticos e instituciones de todos los niveles han creado cuentas de redes sociales.

Estos resultados son similares a los de González (2005), ya que en su estudio el 88 por ciento de los usuarios afirmó creer en Internet como herramienta de participación ciudadana, en contraste con un 10 por ciento que respondió negativamente.

CONCLUSIONES

Las características interactivas de Internet la convierten en un medio propicio para la expresión e, incluso, organización de la ciudadanía en lo que a procesos políticos o electorales respecta. La ausencia de políticas editoriales, en el caso de las redes sociales, y la posibilidad de comunicarse con los políticos y gobernantes de manera horizontal, puede ser un agente de presión útil, a favor de las demandas de la población.

El hecho de que el 70 por ciento de los participantes de este estudio señalara que a través de Internet “Puedo expresarme libremente”, mientras que 64 por ciento afirmara que “Puedo comunicarme con personas que tienen mis mismos intereses” y otro 59 por ciento que “Me permite un mayor acercamiento con los políticos y gobernantes”, demuestra factores que contribuyen a una democracia electrónica, en la cual las opiniones de los ciudadanos y la comunicación de los políticos con éstos es posible. Asimismo, ante la crisis de representatividad señalada por Cunill (1997), Internet abre

una nueva puerta para la participación, el diálogo y la comunicación entre la ciudadanía y los responsables por ejecutar las políticas públicas.

Las respuestas de los usuarios de Twitter van en consonancia con lo expresado por Castells (2002, p.4) en el sentido de que Internet es “un instrumento de comunicación horizontal, global, libre y no controlable”, una herramienta más cultural que tecnológica, cuyo impacto depende de la apropiación social que los individuos tengan de ésta.

Las acciones de los ciudadanos en la web contribuyen a nuevos modelos de comunicación que, según este estudio, se hacen más atractivos en la población adulta, con facilidades de conexión y cuyo nivel instruccional es elevado.

Internet se constituye en un espacio autónomo estratégico desde el cual la ciudadanía puede tener poder e influencia sobre las decisiones de políticos y gobernantes. Esto significa que estamos ante un nuevo medio de participación, comunicación y organización, que agrupa ciudadanos de distintas creencias ideológicas con presencia en asociaciones vecinales y políticas.

Sobre esto, Salazar (2005, p.61) expresa que en los barrios de Venezuela se están restituyendo espacios, con un alto contenido político, yendo más allá de las aspiraciones de los partidos políticos y el Gobierno. “Son aprendizajes propios de una ciudadanía emancipada de la tutela de los partidos políticos y del Estado; sin embargo, su tránsito por el sendero de la ciudadanía emancipatoria es largo y poco recorrido”.

Dicho esto, podríamos preguntarnos: ¿Internet sustituye la política en las calles?, pues los resultados no lo comprueban, por la cantidad de usuarios que, aunado a su participación en Twitter, ejerce la ciudadanía a través de partidos políticos, asociaciones civiles, cooperativas o consejos comunales. Internet es otra plataforma por medio de la cual estos ciudadanos pueden transmitir sus ideas y trasladar su accionar político.

REFERENCIAS

CASTELLS, M. La Galaxia Internet, Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad. Barcelona, España, Editorial Areté. 2001

CASTELLS, Manuel. Internet, libertad y sociedad: una perspectiva analítica. 2002. Disponible en: <http://www.uoc.edu/web/esp/launiversidad/inaugural01/intro_conc.html>. Recuperado el 20 de junio de 2007 del sitio web de la Universidad Oberta de Catalunya, Barcelona, España.

COBO, Cristóbal; PARDO, Hugo. Planeta Web 2.0: Inteligencia colectiva o medios fast food. 2007. Recuperado el 15 de julio de 2010 del sitio web de Planeta 2.0. México DF / Barcelona: <http://www.planetaweb2.net/>

COMSCORE. Indonesia, Brasil y Venezuela Lideran Aumento Global del Uso de Twitter. 2010. Disponible en: <http://www.comscore.com/esl/Press_Events/Press_Releases/2010/8/Indonesia_Brazil_and_Venezuela_Lead_Global_Surge_in_Twitter_Usage>. Recuperado el 27 de junio de 2010, a través del sitio web de ComScore.

CONATEL. Servicio de Internet, indicadores 1998-2011. 2011. Disponible en: <http://www.conatel.gob.ve/files/Indicadores/indicadores_2011_trimestral/internet3.pdf> Recuperado el 30 de junio de 2011, del sitio web de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones. Caracas, Venezuela.

CUNILL, N. Repensando lo público a través de la sociedad. Nuevas formas de gestión pública y representación social. Caracas, Venezuela: Editorial Nueva Sociedad. 1997.

González, L. Los grupos de interés político en Internet. Una alternativa de participación ciudadana del venezolano. Tesis de Maestría para optar al título de Magister en Ciencias de la Comunicación, Universidad del Zulia. 2005.

GONZALO, M. Ciberpolítica o cómo los venezolanos nos apropiamos socialmente de la red. III Coloquio de investigadores de Internet. 2003, Maracaibo, Venezuela.

GONZALO, Morelis. Los Infocentros venezolanos ¿un esfuerzo de inclusión social?. 2005. Disponible en: <<http://www.alfa-redi.org/rdi-articulo.shtml?x=939>>. Recuperado el 1 de junio de 2006 del sitio web de la Revista de Derecho Informático.

VENEZUELA (Estado). Ministerio del Poder Popular para Ciencia, Tecnología e Industrias Intermedias. Gobierno Bolivariano inaugura nuevo infocentro en San Agustín del Sur. 2010. Disponible en: <<http://www.mcti.gob.ve/Noticias/5993>>. Recuperado el 15 de noviembre de 2010, Caracas, Venezuela.

MONTILLA, Alfredo. ¿Internet para la democracia?: La participación ciudadana en Venezuela desde los Centros Telemáticos de Gestión Parroquial e Infocentros. 2011. Disponible en: <http://www.razonypalabra.org.mx/N/N75/varia_75/08_Montilla_V75.pdf>. Recuperado el 30 de junio de 2011 desde el sitio web de la Revista Razón y Palabra, México.

NEÜMAN, M. Internet como herramienta de participación ciudadana: Reflexiones desde la experiencia venezolana. III Coloquio de investigadores de Internet. 2003. Maracaibo, Venezuela.

RESINA, José. Ciberpolítica, redes sociales y nuevas movilizaciones en España: el impacto digital en los procesos de deliberación y participación ciudadana. 2010. Disponible en: <<http://revistas.ucm.es/inf/19890494/articulos/MESO1010220143A.PDF>>. Recuperado el 5 de febrero de 2011 del sitio web de la Revista Mediaciones Sociales de la Universidad Complutense de Madrid, España. Madrid, España.

SALAZAR, Robinson. Ciudadanías emancipadas y emancipatoria. Democracia emancipatoria. Libros en Red, colección insumisos latinoamericanos, Primera edición en español en versión digital. 2005. Disponible en: <<http://www.librosenred.com/ld/carmen1801/2909-democraciaemancipatoria>>. Recuperado el 5 de junio de 2008 de sitio web de Libros en Red.

STRIKOVSKY, Sandra. La democracia en la era digital. 2000. Disponible en: <<http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n17/17sstrikovsky.html>>. Recuperado el 8 de julio de 2006 del sitio web de la Revista Razón y Palabra. Atizapán de Zaragoza, México.

Tendencias Digitales. 9 millones de personas usan Internet en Venezuela. 2010. Disponible en: <<http://www.tendenciasdigitales.com/794/9-millones-de-personas-usaninternet-en-venezuela/>>. Recuperado el 29 de octubre de 2010 del sitio web de Tendencias Digitales. Caracas, Venezuela.