

EL DISCURSO POLÍTICO MEDIADO POR ORDENADORES:

ANÁLISIS DEL DISCURSO EN LAS CUENTAS DEL PRESIDENTE
JUAN MANUEL SANTOS Y DEL EX PRESIDENTE ÁLVARO
URIBE VÉLEZ EN LA RED SOCIAL DIGITAL TWITTER¹

EL DISCURSO POLÍTICO MEDIADO POR ORDENADORES:
ANÁLISIS DEL DISCURSO EN LAS CUENTAS DEL PRESIDENTE JUAN
MANUEL SANTOS Y DEL EX PRESIDENTE ÁLVARO URIBE VÉLEZ EN LA
RED SOCIAL DIGITAL TWITTER

THE POLITICAL SPEECH MEDIATED BY COMPUTERS: DISCOURSE
ANALYSIS OF THE TWITTER ACCOUNTS OF BOTH PRESIDENT SANTOS
AND FORMER PRESIDENT ALVARO URIBE VELEZ

Por:

Laura María López Urrea²

Estudiante

Universidad del Quindío, Colombia

lauralopez93@gmail.com

Julián Enrique Páez Valdez³

Profesor

Universidad del Quindío, Colombia

Universidad Católica de Pereira

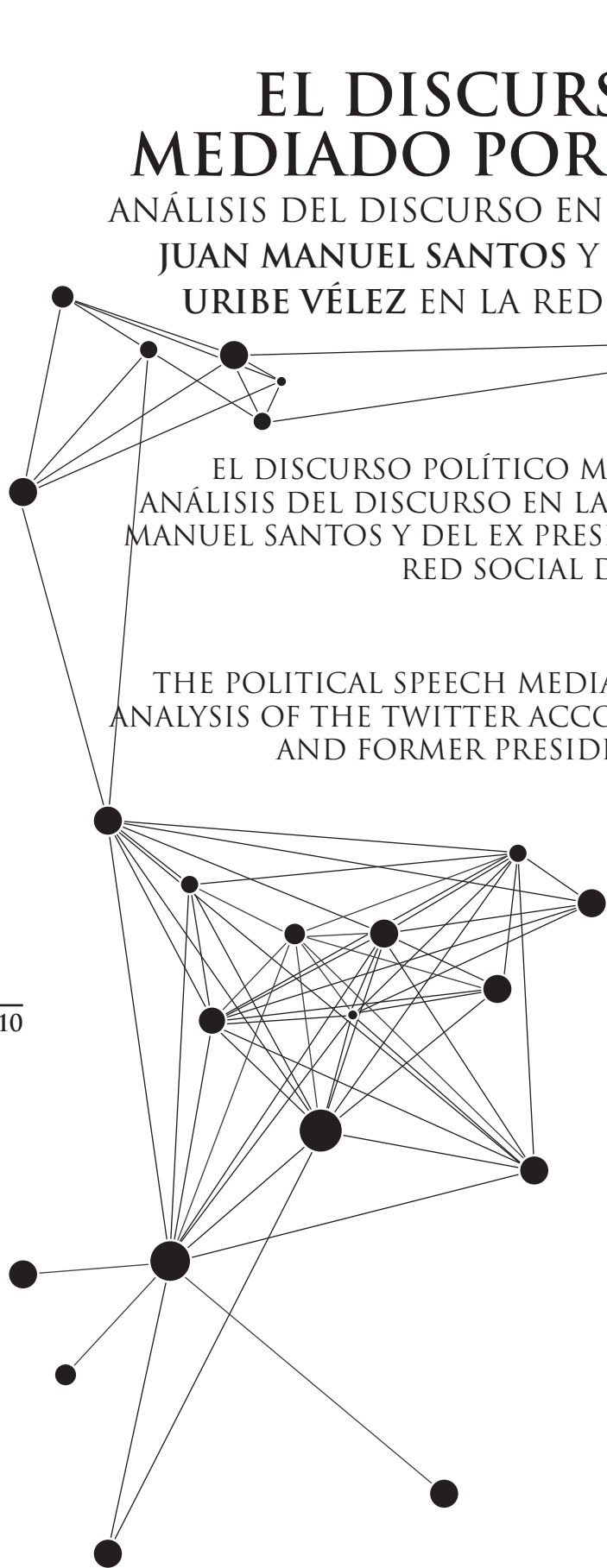
jepaez@uniquindio.edu.co

Arlex Darwin Cuellar Rodríguez⁴

Profesor

Universidad del Quindío, Colombia

adcuellar@uniquindio.edu.co



Resumen: Este artículo es un acercamiento a la dinámica y al cambio que se presenta en el discurso político a raíz de la aparición de un nuevo concepto: el discurso mediado por ordenadores, el cual surgió gracias al avance tecnológico y a la aparición de la web 2.0. El presente estudio analiza la construcción semántica y sintáctica de los mensajes publicados en la red social digital twitter del presidente de la república de Colombia, Juan Manuel Santos Calderón y del ex presidente Álvaro Uribe Vélez, quienes se han caracterizado por mostrar una enemistad debido a sus diferencias ideológicas. El proyecto incluye métodos digitalizados de investigación como los análisis de contenido mediados por ordenador y el diseño de representaciones visuales o cartográficas de las dinámicas que se dan en la herramienta de microblogging, las cuales permiten observar las comunidades de discusión en torno a estos dos políticos y el impacto que generan con su estilo discursivo.

Palabras clave: Comunicación digital, Discurso político, Redes Sociales Digitales, Twitter, Discurso mediado por ordenadores.

Abstract: This article is an approach to dynamics and change that occurs in political discourse following the emergence of a new concept: the discourse mediated by computers, which came thanks to technological advances and the emergence of Web 2.0. This study analyzes the semantic and syntactic construction of messages posted on the twitter digital social network of President of the Republic of Colombia, Juan Manuel Santos Calderon and former President Alvaro Uribe, who has been characterized by showing enmity because of its ideological differences. The project includes digital research methods, for exemple: digital content analyze and the design of visual web cartographic to representate the dynamics that occur in the microblogging tool methods, which allow us to observe the discussion communities around these two political and the impact generated with its discursive style.

Key words: Digital Communication, Political Speech, Digital Social Network, Twitter, Discourse mediated by computers.

Resumo: Este artigo é uma aproximação à dinâmica e à mudança que apresenta-se no discurso político por causa da aparição de um novo conceito: o discurso mediado por computadores, o qual surgiu graças ao avance tecnológico e à aparição da web 2.0. Esta pesquisa analisa a construção semântica e sintática das mensagens publicadas na rede social digital Twitter do presidente da República da Colômbia, Juan Manuel Santos Calderón, e do ex-presidente Álvaro Uribe Vélez, cujas relações caracterizam-se por uma inimizade por conta das suas diferenças ideológicas. O projeto inclui métodos digitalizados de pesquisa, como a análise conteúdo por computador e o design de representações visuais ou cartográficas das dinâmicas tem lugar na ferramenta de microblogging, as quais permitem observar as comunidades de discussão em torno a estes dois políticos e o impacto que eles geram com o seu estilo discursivo.

Palavras-chave: Comunicação digital, discurso político, redes sociais digitais, Twitter, discurso mediado por computadores.

Introducción

El discurso y su estructura ha evolucionado con el paso del tiempo. Gracias a la tecnología y a la aparición de la web 2.0, se trascendió a una etapa flexible e inmediata de la comunicación, en donde el contenido generado por las personas puede ser compartido con otros miles de usuarios y se posibilita la creación de comunidades de discusión en torno a múltiples temáticas. Los personajes políticos también se vieron beneficiados a raíz de estos cambios, pues los discursos extensos y por medio de la oratoria que solían realizarse en plazas públicas, aunque no se han extinguido completamente, ahora se realizan por medio de plataformas digitales, pudiendo llegar así a millones de ciudadanos y generando gran impacto en sus ideologías, lo que nos llevaría a hablar de un ciberespacio o espacio público digital, en donde se hacen evidentes los discursos políticos.

Estos nuevos canales de comunicación se acercan más a la ciudadanía y posibilitan la adherencia de individuos a partidos políticos, generando resultados positivos en las campañas electorales. En el caso del ex presidente Álvaro Uribe Vélez, mandatario colombiano durante dos periodos consecutivos y conocido por ser un político polémico, se hace notorio el uso masivo de su cuenta en la red social digital twitter, donde suele utilizar la plataforma para la construcción y difusión de sus discursos. En torno a él, se crean comunidades de discusión entre aquellos que defienden su mandato por su famoso pilar “seguridad democrática” y quienes lo acusan de tener nexos con el paramilitarismo. Por otra parte, Juan Manuel Santos Calderón, presidente actual, también le da uso frecuente a su cuenta de Twitter, difundiendo sus ideas y actos de mandato, los cuales son recibidos diariamente por más de tres millones de seguidores.

Esta propuesta investigativa se centra en analizar las formas de comunicación de estos dos hombres políticos y el uso que le dan a la red social digital Twitter, como espacio de difusión para sus discursos, además de identificar las estrategias a la hora de construir sus mensajes en lo referente a la forma (sintaxis) y el contenido (semántica) de los mismos, para después elaborar un análisis del impacto generado en sus seguidores, con el fin de identificar la macroestructura narrativa del discurso, los elementos de la microestructura discursiva, visualizar el impacto de los discursos políticos mediados por ordenador y así poder describir el impacto de dichas estrategias comunicativas en cartografías web.

De la plaza pública al ciberespacio político

Los trabajos realizados hasta el momento sobre discurso político y ciberespacio giran en torno al análisis de la efectividad de dichas ayudas discursivas en espacios como las redes sociales digitales. Tal es el caso de Rivera y Rosa (2009), quienes hicieron un estudio crítico del discurso político de Álvaro Uribe Vélez, analizando las tácticas que utiliza para adherir personas a sus ideologías, mediante el uso de acercamientos teóricos propios de la lingüística como Teun A. Van Dijk, enunciados en el libro “Métodos de análisis crítico del discurso” de Wodak y Meyer (2001) y en “El análisis

del discurso y práctica pedagógica” de María Cristina Martínez Solís (2001). Por otra parte, las investigadoras en filología Ana Mancera y Ana Pano, autoras del libro “El Discurso Político en Twitter” (2013) analizan las herramientas ofrecidas por la plataforma de microblogging, tales como hashtags, etiquetas, renombres, menciones, respuestas, retweet y favoritos, y concluyen que son técnicas o dinámicas discursivas indispensables en la nueva era digital, y que han contribuido al cambio del discurso de manera gradual.

Los antecedentes evidenciados permiten concluir que todas estas dinámicas son estrategias políticas que sirven para tener un acercamiento directo con la población y que posibilitan la adherencia de personas a los partidos políticos, logrando grandes resultados electorales; por consiguiente, se sustenta la importancia de estudiar estas dinámicas comunicativas en los dos hombres políticos más importantes del país, el presidente en funciones, Juan Manuel Santos Calderón, y el expresidente inmediato, Álvaro Uribe Vélez, con el fin de identificar dichos aspectos discursivos y evaluar la efectividad de sus estrategias en espacios de intercambio reticular.

Redes sociales: el surgimiento del discurso político mediado por ordenadores.

Según Manuel González (2013), con el surgimiento del twitter también se creó una gran revolución tecnológica, puesto que esta plataforma tenía características similares a las de un blog, pero funcionaba con los parámetros de una red social, siendo usada de manera más formal y para la publicación de contenido serio. A partir de allí, los personajes públicos, incluyendo Álvaro Uribe Vélez y Juan Manuel Santos Calderón, vieron en Twitter una oportunidad para expresar sus ideologías y atraer a la comunidad. (González, 2013).

Antes de la aparición del internet, el discurso de los políticos se desarrollaba en su mayoría de forma oral. Eran compendios que se organizaban de manera estratégica, es decir, que tenían una estructura definida, y que, en su mayoría, eran dirigidos al público oralmente, debido a las capacidades de elocuencia que los políticos tenían que desarrollar para generar un mensaje convincente y un resultado positivo, en un espacio normativo llamado “Espacio Público”. Según los desarrollos teóricos de Hannah Arendt (1993) y Jürgen Habermas (1962), existe una ruptura entre el hombre antiguo y el hombre moderno, gracias al surgimiento de la democracia y los espacios de discusión social, como los que se generan en los medios de comunicación social.

Según la teoría de Habermas (1988), el espacio público es “un lugar abstracto que conoce espacios físicos” y que se caracteriza por ser el lugar en donde se resuelven los problemas públicos, ya que, según el autor, los individuos no son capaces de resolver sus problemas sin contar con el apoyo de sus similares. Los medios de comunicación hacen parte de estos espacios, ya que son herramientas capaces de mediar entre los ciudadanos que conforman un espacio privado y que necesitan que sus temas asciendan a la esfera pública y se mediaticen, es ahí donde radica la importancia de la televisión, la radio, la prensa y otros medios, como apoyos discursivos.

Pero a pesar de que la oratoria sigue siendo importante en la actualidad como método de comunicación entre el público y los políticos, la aparición de la web 2.0 ha permitido que también se difundan sus discursos por otros medios, como las plataformas digitales, en especial la red social digital Twitter, permitiendo una interacción directa con la comunidad; además, la forma de construcción del mensaje ha cambiado considerablemente, pues Twitter tiene un límite de caracteres, por lo que las ideas y los mensajes deben entregarse de forma corta.

Cuando surgieron los ordenadores y con ello la internet, empezaron a aparecer nuevos canales y formas de comunicación, lo que aceleró también la evolución discursiva. Cada vez son más los individuos que tienen acceso a internet y que tienen la posibilidad de conectarse con este nuevo “Mundo digital”, en donde todos aportan y construyen conocimiento colectivo. Actualmente, la manera de escribir ha cambiado, todo esto con la intención de simplificar y hacer más corto y directo el mensaje. La evidencia la encontramos en las nuevas plataformas o redes sociales que cuentan con millones de usuarios que escriben diariamente un sin número de mensajes.

Igualmente, y con el propósito de conectarse con la sociedad, los políticos también se han unido a esta nueva era. Según Mancera y Pano (2013) ha cambiado la forma de interactuar y producir contenidos y conocimientos:

Se ha dicho que la Web 2.0 se caracteriza por el intercambio de conocimiento y por el hecho de compartir cualquier tipo de información en la Red. En efecto, las tecnologías subyacentes a este nuevo paradigma han transformado la forma de comunicarse, informarse, aprender e incluso entretenerse. Para un buen número de personas, las noticias llegan hoy antes por canales de la web social que por los medios de comunicación tradicionales. Es posible conversar vía chat mientras se mira un vídeo en YouTube o una presentación en Slideshare (...) Y es que la Web 2.0 es precisamente comunicarse, interactuar, participar y no sólo recibir información. (Mancera & Pano, 2013: 18)

En el discurso se ha visto una clara evolución, y según Mancera y Pano (2013), ha surgido un nuevo tipo de comunidad virtual basada en la reciprocidad, las personas o los autores de algún producto no tienen inconveniente en compartirlos con otras personas, así como también esperan recibir contenidos de otros internautas. El uso de la web 2.0 permite que se pueda crear un nuevo concepto de comunidad en donde el contenido se convierte en un conocimiento que puede ser usado por todos. Dentro de los discursos que destacan Ana Pano y Ana Mancera está el que se da por medio de Wikipedia, un nuevo discurso en línea que permite que los usuarios construyan un texto basado en un tema específico. Otro tipo de discurso surge en plataformas como Facebook, YouTube y Twitter, las cuales plantean nuevas formas o dinámicas discursivas muy parecidas a las conversacionales. Dinámicas en las que se ve que predomina el discurso escrito apoyado de contenidos multimediales. (Mancera & Pano, 2013:23).

Zona macro y micro del discurso: dinámicas de construcción del discurso político en twitter

La macroestructura del discurso se centra en el mensaje de manera global, es decir, en el tipo de discurso que se emplea y en los temas principales y subtemas del mismo. Es por esto que es necesario conocer cuáles son los tipos de discursos de acuerdo a su propósito y de acuerdo a su estructura. Según Hugo González (2011), la macroestructura es la estructura global que caracteriza al texto y representa la forma que adapta el discurso; dentro de esta se tiene en cuenta el contexto, la intención del autor, el tipo de texto, su finalidad y todo lo que conlleva a la estructura general del mismo. También se refiere a la parte semántica del discurso, y hace énfasis en el tema de manera global: “es gracias a la macroestructura que el texto tiene una coherencia general y que se pueden extraer de él las ideas principales y secundarias. La macroestructura considera los temas y los subtemas del texto”. (González, 2011). La microestructura por su parte, está compuesta por varias partes que juntas, componen la macroestructura. Tiene que ver a manera local con la construcción de las oraciones y la relación de coherencia y cohesión entre ellas. Incluye los adverbios, los verbos, los adjetivos, los conectores y los niveles de lengua y adecuación (González, 2011).

La red social digital Twitter es una herramienta que cuenta con diferentes dinámicas discursivas, las cuales son utilizadas por Álvaro Uribe Vélez y Juan Manuel Santos a la hora de construir sus discursos. Son diversos los dispositivos o instrumentos de los que se pueden valer en esta red social para la estructuración de sus discursos. Estos se caracterizan por ser concisos, persuasivos y directos. Según Mancera y Pano (2013) los políticos utilizan todas las posibilidades que tienen en twitter para comunicarse con los ciudadanos:

El político está obligado a sintetizar su mensaje en pocas palabras y a hacer un uso adecuado de los dispositivos de respuesta, de mención y de Retweet de mensajes ajenos, así como de inserción de etiquetas y enlaces, para poder comunicarse eficazmente con los ciudadanos.
(Mancera & Pano, 2013:66)

También acuden frecuentemente a abreviaturas, sinónimos y sintagmas para elaborar sus mensajes de manera concisa; lo que en ocasiones también puede dificultar la lectura de la información.

El lenguaje político, por tanto, se caracteriza y clasifica de acuerdo al uso de ciertas palabras, conceptos, frases, verbos, adverbios, preposiciones, etc., que tienden a ser usados en los discursos políticos modernos, es decir, en aquellos que son mediados por ordenadores. Según Emilio Alejandro Núñez (2000) en su artículo “Aproximación al léxico del lenguaje político español” hoy en día no es posible hablar de pureza en el lenguaje que usan los personajes públicos y los mensajes que construyen, pues cada vez se alejan más de lo que se podría denominar un discurso ejemplar, lo que hace que se deteriore cada vez más:

El lenguaje político está alejado actualmente de lo que podríamos llamar un discurso ejemplar. No nos referimos únicamente a la falta de pureza lingüística (extranjerismos, redundancias, sintaxis defectuosa, mal uso de palabras y expresiones, etc.), sino a toda una serie de fenómenos y recursos —en ocasiones, pretendidamente cultos— que enrarecen o dificultan el entendimiento del mensaje. (Núñez, 2000, p.22)

Así como se deben tener en cuenta ciertas estrategias a la hora de redactar un discurso político, también es importante conocer elementos tanto globales como locales que facilitan la interpretación del discurso escrito; de igual forma, no se puede dejar de lado el contexto y el espacio o tiempo en el que se emite el mensaje. Todos estos elementos serán de importancia al analizar lo que el emisor pretende decir al destinatario. Según Helena Calsamiglia (1999) en su libro “Manual del discurso”, las unidades macrotextuales y microtextuales dentro del discurso escrito son interdependientes:

Dada la complejidad de un texto, se puede abordar desde el punto de vista global o local. La perspectiva global tiene en cuenta la unidad comunicativa en su conjunto, su estructura, su contenido en general, su anclaje pragmático. La perspectiva local tiene en cuenta los elementos lingüísticos que lo constituyen, la forma de los enunciados, las relaciones establecidas entre ellos para formar secuencias. Tanto las unidades macrotextuales como las microtextuales son interdependientes. (Calsamiglia & Tusón, 1999:19)

En cuanto a las características lingüísticas textuales del discurso, podemos encontrar el nivel gráfico que hace referencia al buen uso del alfabeto de acuerdo al contexto, lo que permite hacer claro el mensaje; igualmente, junto con las letras, nacen las normas de escritura que son comunes y generalizadas dentro del lenguaje; es el caso de las tildes. Aun así, existen canales de comunicación menos rígidos y en los que hoy en día se han suprimido ciertas normas, tal y como lo afirma Calsamiglia:

Recientemente, incluso un escritor consagrado como García Márquez, aboga por la supresión de muchos aspectos normativos que considera inútiles. Dado que la escritura está utilizando nuevos canales, además de los tradicionales, se supone que el sistema ortográfico seguirá siendo objeto de discusión. Nadie, por ejemplo, se extraña hoy de recibir mensajes por vía electrónica sin tildes y sin la letra ñ. (Calsamiglia & Tusón, 1999:19)

Igualmente, al mencionar las características lingüísticas del discurso, es necesario hablar de la estructura y estrategias para persuadir y generar recordación de un mensaje en particular. Según Teun Van Dijk (1980) en su libro “Estructuras y funciones del discurso”, existen ciertos factores a tener en cuenta a la hora de la elaboración de un discurso, decisiones que incluso se pueden asemejar a pensamientos de un individuo

antes de realizar cualquier acción, puesto que antes de escribir y de estructurar un texto, se debe pasar por un análisis complejo de la situación a mencionar en un texto. Igualmente, sustenta que los argumentos tienen mayor o menor peso de acuerdo al lugar del texto en el que sean ubicados:

La investigación clásica, por ejemplo, se ha centrado en el papel del orden de los argumentos en los procesos de la persuasión, es decir, en cambios de creencias y de opiniones. El modelo cognoscitivo descrito en la primera sección explica por qué los argumentos presentados al principio o al final de un discurso tienen más efecto en cuanto cambio de opinión, que otros argumentos. Según el modelo, los argumentos iniciales serán macroproposiciones iniciales, que determinen la comprensión y almacenamiento de otra información en el discurso. Por lo tanto, será relativamente difícil cambiar esta representación del discurso con argumentos que vienen después y evitar a la vez incoherencia global. Los argumentos finales tenderán a tener más influencia que argumentos menos importantes que aparecen antes, debido a un efecto general de novedad en el almacenamiento en la memoria. (Van Dijk, 1980, p.105)

Por lo anterior, podemos afirmar que existen estrategias y estructuras que permiten que el nivel de persuasión del mensaje crezca de manera considerable y sea aceptado por el receptor positivamente, al jugar con elementos que ayudan a que diversos factores queden más plasmados en su memoria. Alfonso Ortega Carmona, en su libro *El discurso político* (citado por Núñez, 2000), nos da las claves —basadas en la retórica tradicional— para conocer cuáles deberían ser las virtudes de un buen lenguaje político:

- 1) Casticismo. Por casticismo se entiende el menor uso posible de vocablos extranjeros, aceptables solamente en tanto que sean comprensibles para el oyente.
- 2) Claridad. En este apartado, se recomienda no utilizar palabras ociosas, de relleno, sinónimos que no impriman ningún interés. Es probablemente aquí donde el lenguaje de nuestros políticos peca más de inadecuado.
- 3) Conveniencia. Se distingue entre conveniencia interna y externa, la que nos interesa a nosotros es la interna, es decir, la que se preocupa de una armónica relación entre todas las partes de un discurso, del estilo y de la adecuación de las palabras a la materia tratada.
- 4) Medios estilísticos. Alfonso Ortega Carmona defiende la validez del uso de las figuras del lenguaje en el discurso político actual, ya que «finalidad suya es hacer que la comprensión de cuanto se expresa penetre con viveza en la percepción, y conmueva la sensibilidad». Se trata, en última instancia, de elevar el efecto de la idea expresada. (Ortega, citado en Núñez, 2000:23)

De acuerdo con lo anterior, si se establecen los mensajes acordes a ciertas estrategias, es posible generar mayor o menor grado de emociones en quien recibe la información, tal y como se muestra en el artículo *An empirical analysis of sentiment in Twitter messages and retweet behavior*, de Stieglitz y Dang-Xuan (2012).

Un número de estudios centrados en diferentes usos parlamentarios de Twitter han sido publicados, la mayoría se centra en los EE.UU. Por ejemplo, Golbeck et al. (19) se centraron en el Congreso de EE.UU. analizando el contenido de más de 6.000 tweets de los miembros del Congreso. Encontraron que los miembros del Congreso utilizan principalmente Twitter (...) como un vehículo para la autopromoción. En un estudio de más de 100.000 mensajes que contienen una referencia a un partido político o un político en el contexto de las elecciones federales alemanas de 2009, Tumasjan et al. (36) mostraron que Twitter es ampliamente utilizado para la comunicación política y que el mero número de “mentionings” del partido reflejan con precisión el resultado de la elección. (Stieglitz, 2012)

La cita anterior hace referencia al uso político que se le da actualmente a los microbloggings, principalmente a la red social digital twitter, afirmando que son muchos los estudios que se han elaborado en Estados Unidos y en el resto del mundo y que han confirmado que miembros del Consejo y del Senado utilizan esta plataforma para compartir artículos nuevos acerca de ellos mismos y de igual manera a los partidos a los que están adscritos políticamente, generando gran impacto, sobre todo en épocas electorales. Según varias investigaciones, se ha podido concluir que estos medios permiten incluso ser usados como formas de predecir resultados electorales.

En el plano de la comunicación individual, estudios previos han abordado el papel de la confianza de la comunicación en grupos de noticias, foros de discusión o en otros contextos. Los principales resultados de estos estudios indican que las dimensiones afectivas de mensajes (tanto positivas como negativas) pueden desencadenar una mayor atención, consulta o participación. Además, los estudios han demostrado que los estados emocionales articulados en los mensajes pueden propagarse a través de diferentes tipos de redes (...) En particular, la difusión de dicho sentimiento podría tener un impacto en el proceso de opinión de decisiones políticas. (Stieglitz, 2012)

Así como cuando se establecen relaciones interpersonales y se generan emociones por las redes sociales, según el párrafo anterior, los mensajes a nivel político también pueden estar cargados de algunas dimensiones emotivas o afectivas, es decir, que generan cierta clase de sentimientos en quien los lee, particularmente en una red social digital como Twitter. Crea así emociones en torno a varios aspectos políticos tales como temas sociales y partidos, difundiendo impacto en la opinión política y, por ende, promoviendo temas de discusión.

Son varias las investigaciones que se han realizado alrededor del mundo respecto al tema de las redes sociales, especialmente de Twitter y la importancia de su uso durante las campañas políticas y las elecciones. Uno de estos estudios elaborado por Xuan et Al. (2013) en Alemania, explica mediante análisis de contenido digitalizados y manuales, que esta plataforma es más usada durante la época de elecciones políticas y que el discurso y la manera en la que se estructura permite que exista mayor o menor influencia de sentimientos y, por ende, mayor o menor empatía con el partido.

La importancia del trabajo anterior radica en la metodología implementada, la cual consistió en analizar textos con herramientas automáticas y manuales mediante el uso de ciertos algoritmos, en aras de conocer la estructura y el contenido de los mensajes políticos alemanes, así como los sentimientos y las emociones que querían reflejar y entregar en los discursos publicados en la red social Twitter.

Metodología

La presente investigación buscó conocer el uso dado a la plataforma Twitter como herramienta comunicativa de microblogging, con la cual los hombres políticos puede mantener contacto con los ciudadanos; para ellos se realizó una extracción de información mediante la herramienta Nodexl, seguido de una clasificación de contenido digitalizada, mediante el software Tropes, para finalizar con dos cartografías web que permitieron reflejar las comunidades de discusión en torno a dichas publicaciones, a través del programa Gephi. La recolección de la información se realizó durante un periodo de tiempo que abarcó días antes, durante y después de las elecciones del año 2015, más exactamente, a partir del día 30 de octubre en adelante, donde se extrajeron y analizaron 400 tweets, 200 por cada perfil. El tiempo se eligió de manera intencional, teniendo en cuenta que ambos políticos se encontraban en medio de campañas electorales y que, por ende, el número de publicaciones realizadas tendía a aumentar.

Esta investigación centró sus esfuerzos en responder a tres necesidades básicas:

1. Identificar el lado macro del discurso, es decir, la macroestructura narrativa, mediante una extracción de datos de los dos perfiles en cuestión, mediante la herramienta Nodexl, que permite conocer el lado semántico del discurso, analizando 400 tweets.
2. Caracterizar los elementos de la microestructura discursiva, mediante el análisis de contenido digitalizado entregado por la herramienta Tropes, a través de la caracterización de universos sintácticos en dichas plataformas, analizando 400 tweets
3. Finalmente, visualizar el impacto de los discursos políticos mediados por ordenador, a través de las cartografías web de cada universo discursivo, apoyado de la herramienta de extracción Nodexl y de visualización Gephi, analizando 79.081 tweets.

Cada objetivo se desarrolló a través de un método de recolección de información digitalizado, estos métodos consisten en nuevas herramientas que han surgido para aportar a las investigaciones sociales y culturales por medio de la recolección de datos en internet, son de gran impacto, puesto que ayudan a extraer importantes cantidades de información de las plataformas digitales. Según la presentación sobre métodos de información digitales de Darcy Vela (2015), estas herramientas se han vuelto indispensables en muchos ámbitos como la comunicación y la investigación, entre otros (Vela, 2015). Con la ayuda de estas metodologías digitalizadas se lograron analizar cerca de 80.000 tweets, lo que entrega una unidad de análisis representativa para este tipo de estudios centrados en dinámicas de producción y difusión digital.

La primera herramienta utilizada fue NODEXL, una aplicación de representación de gráficos que trabaja con Excel y que se encarga de estudiar las redes sociales, es decir, extrae información de los mensajes que se publican en la plataforma digitalizada Twitter; es un programa que tiene un gran potencial para analizar las redes de comunicación que se crean en Twitter y el impacto de los fenómenos o eventos que se pretendían estudiar. Por otra parte, se hizo uso de TROPES, un Software que extrae las semánticas de los textos y analiza su contenido, el programa clasifica palabras, detecta contextos, filtra los tópicos según su relevancia y gráfica, detectando así el contexto discursivo e identificando el escenario semántico para su interpretación. Finalmente, se utilizó el software Nodexl y Gephi para extraer y visualizar dos cartografías web (Juan Manuel Santos y Álvaro Uribe Vélez), con el fin de identificar las comunidades de discusión de estos dos personajes políticos.

Lado macro del discurso – análisis semántico

Para el alcance del primer objetivo, que consistía en identificar la macroestructura de los mensajes; fue necesario el uso del Software Tropes, estudiando así las unidades de referencia temáticas, es decir, aquellos temas y subtemas que se presentaban de manera global dentro del texto. También se identificaron las referencias más utilizadas, que se refiere a los conceptos, palabras, sujetos u objetos que más nombraba cada político en su discurso.

A la hora de realizar una comparación de los temas principales que tienen en cuenta estos dos políticos para la construcción de sus discursos para la red social digital Twitter, es importante recalcar que son más los conceptos que aborda el presidente Juan Manuel Santos Calderón frente a los que aborda el ex presidente Álvaro Uribe Vélez. Ambos se centran en primera instancia en temas relacionados con geografía y urbanismo. Aunque la mayoría de los tópicos coinciden, la prioridad que estos políticos le dan a cada uno de ellos es diferente.

En el caso de Álvaro Uribe Vélez (ver Imagen 1) la política ocupa el segundo lugar y la palabra es nombrada 61 veces dentro de los 200 Tweets que fueron extraídos para el análisis. Y en el caso de Juan Manuel Santos Calderón (ver Imagen 2) el concepto “política” ocupa el cuarto lugar siendo nombrado 39 veces. Puesto que Juan Manuel Santos le da más relevancia al pensamiento, los comportamientos y a las cuestiones sociales.

- 0184 Conceptos_Generales
- 0092 geografía_y_urbanismo
- 0061 política
- 0055 cuestiones_sociales
- 0046 comunicacion_y_media
- 0045 pensamiento-y-comportamientos
- 0036 economía_y_finanzas
- 0036 derecho_y_justicia
- 0020 conflicto_y_guerra
- 0015 cuerpo
- 0009 empleo_y_trabajo
- 0008 salud_y_enfermedades
- 0007 organizaciones_e_empresas
- 0005 arte_y_cultura
- 0004 plantas
- 0004 alimentación_y_bebidas
- 0003 construccion_y_vivienda
- 0003 accidentes

Imagen 1

- 0319 Conceptos_Generales
- 0107 geografía_y_urbanismo
- 0071 pensamientos_y_comportamientos
- 0062 cuestiones_sociales
- 0039 política
- 0031 economía_y_finanzas
- 0028 derecho_y_justicia
- 0023 conflicto_y_guerra
- 0021 comunicación_y_media
- 0014 organizaciones_e_empresas
- 0013 arte_y_cultura
- 0013 educación_y_enseñanza
- 0012 empleo_y_trabajo
- 0012 juegos_y_deporte
- 0010 construccion_y_vivienda
- 0010 medioambiente_y_meteorología
- 0010 transportes
- 0009 objetos_e_instrumentos
- 0006 cuerpo
- 0006 accidentes
- 0005 alimentacion_y_bebidas
- 0004 percepciones
- 0003 plantas
- 0003energía_y_electricidad

Imagen 2

- *Conectores
- Condición 9.5% (11)
- Causa 6.0% (7)
- Finalidad 2.6% (3)
- Adición 55.2% (64)
- Disyunción 6.9% (8)
- Oposición 9.5% (11)
- Comparación 8.6% (10)
- Tiempo 0.9 (1)
- Lugar 0.9 % (1)

Imagen 3

- *Conectores
- Condición 3.6% (5)
- Causa 4.3% (6)
- Finalidad 2.2% (3)
- Adición 79.0% (109)
- Disyunción 1.4% (2)
- Oposición 2.2% (3)
- Comparación 4.3% (6)
- Tiempo 1.4% (2)
- Lugar 1.4% (2)

Imagen 4

Lado micro del discurso – análisis sintáctico

Para el segundo objetivo, encaminado a conocer la microestructura del discurso, también se usó el software Tropes, categorizando los verbos, adjetivos, sustantivos, pronombres, modalizaciones, conectores y todos aquellos elementos que se enmarcan dentro de la micro estructura de un discurso. Inicialmente fue necesario hacer una extracción, por medio de la herramienta de recolección de información digitalizada Nodexl. Como se puede ver en las imágenes 3 y 4, los conectores de adición son los más utilizados por ambos personajes políticos, mientras que las modalizaciones de negación (Imagen 5) y las de tiempo (Imagen 6), caracterizan las estructuras micro sintácticas de los discursos políticos de estos dos personajes. La utilización de verbos factivos es equilibrado en las dos cuentas de Twitter analizadas (Imágenes 7 y 8).

- *Modalizaciones
- Tiempo 23.8% (19)
- Lugar 0.0% (0)
- Modo 5.0% (4)
- Afirmación 1.3% (1)
- Duda 0.0% (0)
- Negación 55.0% (44)
- Intensidad 15.0% (12)

Imagen 5

- *Modalizaciones
- Tiempo 33.7% (35)
- Lugar 3.8% (4)
- Modo 7.7% (8)
- Afirmación 0.0% (0)
- Duda 0.0% (0)
- Negación 23.1% (24)
- Intensidad 15.0% (33)

Imagen 6

- *Verbos
- Factivo 67.5 % (231)
- Estativo 25.4% (87)
- Declarativo 7.0% (24)
- Performativo 0.0% (0)

Imagen 7

- *Verbos
- Factivo 68.8 % (331)
- Estativo 28.8% (145)
- Declarativo 5.4% (27)
- Performativo 0.0% (0)

Imagen 8

Comunidades de discusión en torno a los discursos

Para hacer el análisis de las comunidades de discusión, es decir, los usuarios que interactúan con cada cuenta política, se procedió por medio del software Nodexl a extraer la información intercambiada en la red social de cada uno de los políticos en cuestión. Cabe resaltar que según el trabajo *Comunidades virtuales: De las listas de discusión a las comunidades de aprendizaje*, elaborado por Pazos (2001) Una comunidad de discusión virtual, en definitiva, viene a ser la experiencia de compartir con otros que vemos en un espacio de comunicación. En este sentido, internet constituye una amplísima red de ordenadores que proporciona a cada uno de los usuarios individuales una voz en igualdad, o al menos una igualdad en la oportunidad para hablar, es decir, para participar en la comunidad. La atracción por la red y por la participación en este tipo de experiencias viene dada por la habilidad de la tecnología para legitimar públicamente la propia expresión y por la libertad que proporciona en relación a las barreras tradicionales del espacio y del tiempo (Pazos, 2001: 8).

Esta técnica, como método de investigación, evidencia los 79.081 usuarios en una sola gráfica (Imágenes 9 y 10) con el fin de revisar la consolidación temática del discurso en los usuarios de la red social. Por consiguiente, cada punto de dicha imagen representa a un usuario de la red social (es este caso un nodo) y las relaciones que tiene con el resto de la comunidad de discusión de cada político estudiado. De acuerdo a la extracción de la información por medio del programa Nodexl, se encontraron 45551 usuarios en la comunidad de discusión de Juan Manuel Santos y 33530 en la del ex presidente, para un total de 79.081 usuarios analizados y graficados. Estas comprenden el periodo de tiempo que va desde el 30 de octubre del año 2015 hasta el 10 de noviembre del mismo año. Este lapso es de gran importancia porque fue época de elecciones en Colombia, ambos candidatos se encontraban en plenas campañas políticas y por ende el movimiento en sus perfiles de Twitter fue mucho más elevado.

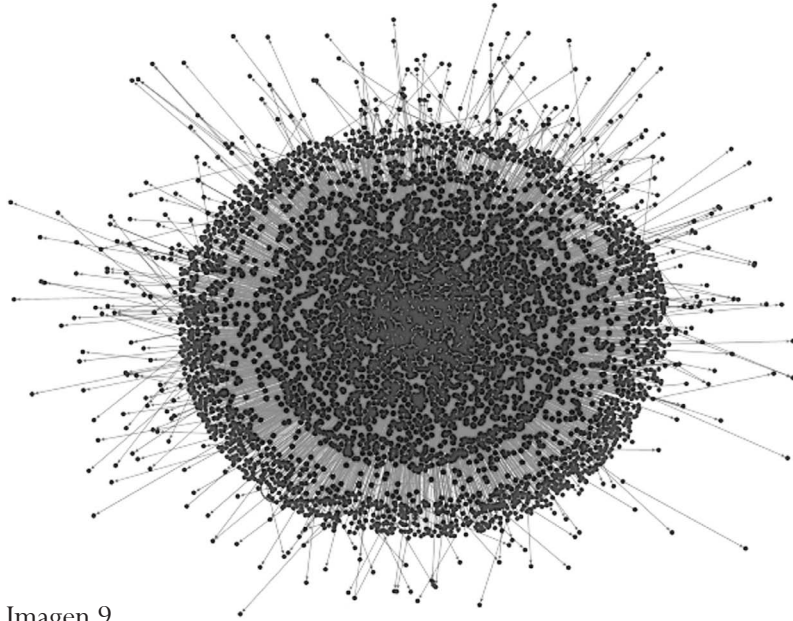


Imagen 9

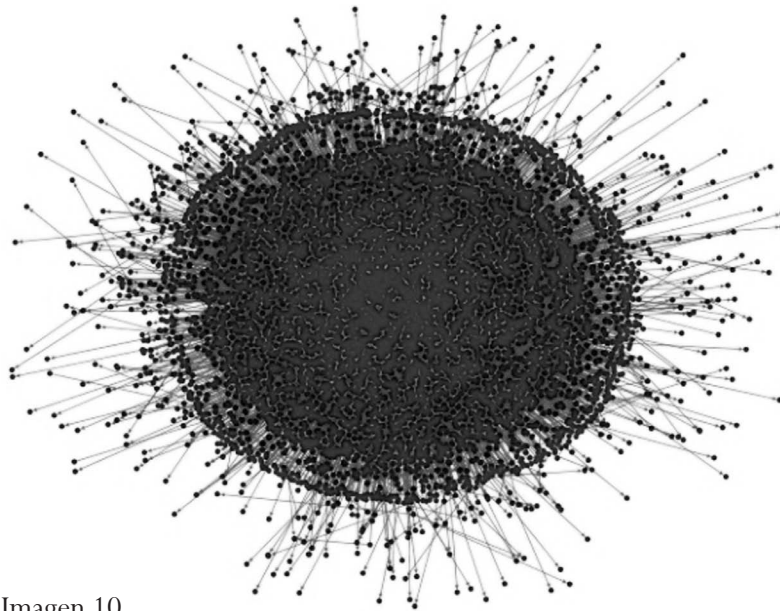


Imagen 10

En la cartografía web del ex presidente Álvaro Uribe Vélez (Imagen 9) se puede evidenciar que hay varias comunidades de discusión dispersas en torno a él. En la parte central de la gráfica, se puede ver mucho más movimiento, es decir, cada uno de los puntos azules representan usuarios, y los que están en el centro generan más contenido en torno al discurso de Álvaro Uribe Vélez en la red social Twitter. Cada que un usuario se va alejando del centro de la cartografía quiere decir que sigue compartiendo contenido o creando polémica alrededor de los temas que pone en discusión Álvaro Uribe Vélez, aunque en menor grado que quienes se encuentran en la parte central. Vemos en un tercer plano usuarios muy alejados del punto central, pero a quienes también les llega información.

La cartografía web de Juan Manuel Santos Calderón muestra que su comunidad de discusión es mucho más grande y está mucho más consolidada que la del ex presidente Álvaro Uribe Vélez. Se pueden observar muchos más usuarios discutiendo alrededor de su discurso, lo que nos permite decir que dicha comunidad es mucho más efectiva y está más centralizada en los discursos propios de la red social digital.

La temática discursiva se media por el entorno político y no por el dispositivo de publicación

Dentro del análisis de la macro estructura se pudo observar que el universo de referencia 1, que nombra los temas generales del discurso, es similar en ambos, puesto que tanto Álvaro Uribe Vélez como Juan Manuel Santos se centran en primer lugar, en temas referentes a la geografía y el urbanismo. A la hora de analizar los subtemas, si se observan grandes diferencias, entre ellas, Álvaro Uribe les da más importancia a temas de actividad política, mientras que Juan Manuel Santos se dedica a redactar discursos frente a pensamientos y comportamientos.

Dentro de la macroestructura también se contempla el universo de referencia 2, que es mucho más específico, es decir, son los subtemas. De esa manera se pudo llegar con más facilidad al corazón del discurso. En el caso de Álvaro Uribe Vélez los subtemas a los que mayor relevancia le dio en el periodo de tiempo en el que se realizó la investigación fueron a la identidad y a la familia, así como también al conflicto armado. Por lo que se puede concluir que en la mayor parte de su discurso se dirige a hablar de cuestiones sociales y comportamientos negativos que suele ver en el gobierno de Juan Manuel Santos.

También se pudo concluir que el ex presidente construyó su discurso en torno a las víctimas del conflicto, y a una paz que considera utópica y falsa. Expresó de manera directa que los terroristas se estaban tomando nuevamente a Colombia y que el gobierno actual lo estaba permitiendo al abandonar el proceso de seguridad democrática.

En el caso de Juan Manuel Santos, se puede observar claramente que da prioridad a comportamientos y pensamientos positivos. Elaborando discursos cargados de palabras como la esperanza y la seguridad. Expresa de diferentes maneras que con su gobierno ha llegado la época de la paz, e invita a votar con conciencia. Nombra en tres ocasiones a las víctimas del conflicto armado, en especial haciendo referencia al asesinato de los soldados por parte del ELN. Pero a pesar de nombrar las víctimas, los invita a que también se unan a la paz y recalca la importancia del perdón y la necesidad de ayudar a los desmovilizados a continuar una vida sin armas.

Dentro de los aspectos positivos Juan Manuel Santos hace referencia a las obras que ha realizado y planea realizar durante lo que queda de su gobierno, tales como nuevas vías, acueductos, pistas en aeropuertos, nuevos empleos, más educación y subsidios de vivienda. Cabe resaltar que hay un gran contraste cuando se comparan ambos discursos, y esto se evidencia en que, a pesar de hablar de los mismos temas y subtemas, las prioridades y los enfoques son diferentes.

Dentro de las referencias más usadas, hay varios elementos por resaltar:

- Álvaro Uribe Vélez suele utilizar con frecuencia links y fotografías (videos y artículos de opinión, entre otros). Se basa así en una mayor cantidad de contenidos multimedia que Juan Manuel Santos.
- Los retweets y las menciones son usados en mayor grado por Álvaro Uribe Vélez.
- Ambos suelen utilizar abreviaturas como Ctgena, ud, uds, d, q, Gbno. Etc.

Un discurso técnico de corte descriptivo y narrativo que dinamiza el intercambio

En el estudio de la microestructura del discurso de Álvaro Uribe Vélez y Juan Manuel Santos Calderón, hay varios puntos diferenciales que se deben tener en cuenta. En primer lugar, se puede concluir que el estilo dominante en los mensajes de Álvaro Uribe Vélez fue el descriptivo y el de Juan Manuel Santos, narrativo; ambos con una puesta en escena dinámica, gracias a la utilización de verbos factivos que expresan acciones que ocurren en un momento inmediato, o que se considera que pueden suceder en un futuro.

Se estudiaron otros elementos como los conectores, las modalizaciones, los pronombres, los verbos y los adjetivos. Por un lado, se pudo concluir que Juan Manuel Santos utiliza gran cantidad de conectores de adición para agregar características e ideas a sus mensajes, mientras que, aunque Álvaro Uribe Vélez también frecuenta este tipo de conectores, tiende a hacer uso de aquellos que dan paso a una condición u oposición, redactando mensajes más críticos y que cuestionan la labor de sus contrincantes. Otro punto que se debe resaltar es la utilización de modalizaciones negativas, las cuales suelen ser usadas por el ex mandatario para construir mensajes que ponen en manifiesto las ideas de otros políticos, no acordes con su ideología. Juan Manuel Santos, en cambio, utiliza modalizaciones de tiempo para dirigir la atención de los usuarios en las obras que construyó y construirá durante su gobierno, la mayor parte dirigidas al tema de paz.

En cuanto a los verbos, ambos tienden a la utilización de verbos factivos porque indican acción, y en segundo lugar se inclinan por los verbos estativos que hacen referencia a posesiones. Los adjetivos también entran a ser elementos importantes dentro de la

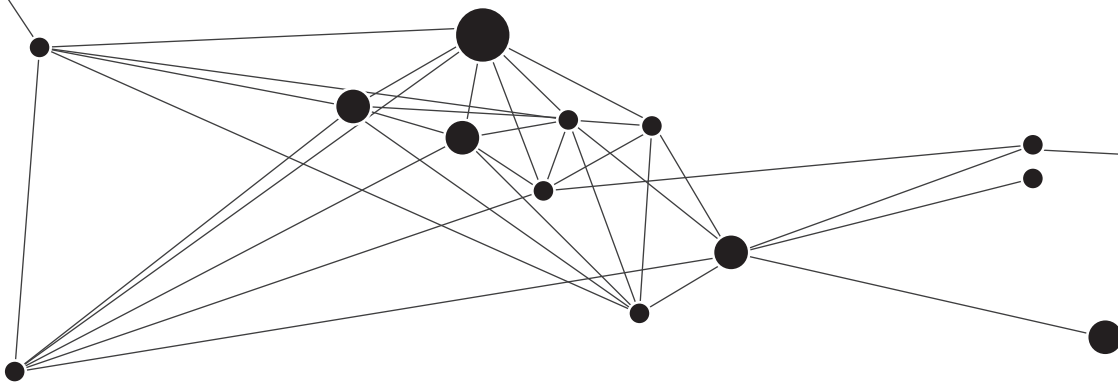
interpretación de la microestructura; es importante aclarar que Álvaro Uribe Vélez utiliza más cifras dentro de su discurso, es decir que hace más uso de los adjetivos numéricos y que por ende tiende a tener un carácter en su mayoría objetivo, aunque no se puede negar que también tiene con ciertas inclinaciones subjetivas dirigidas a generar en la mayor parte de los casos juicios de valor.

Juan Manuel Santos también se vale en la mayor parte del discurso de cifras y adjetivos, objetivos, aunque también utiliza en gran escala los adjetivos subjetivos, que, de acuerdo a su uso dentro de las oraciones, nos permiten concluir que intenta generar reacciones emocionales en la audiencia.

Otro aspecto a recalcar dentro de la microestructura es que las dinámicas discursivas que ofrece la plataforma de Twitter como el retweet o la mención, la facilidad para compartir contenidos, ayuda a los dos políticos a darle fuerza y apoyo a lo que escriben. Según la investigación, quien más se vale de este tipo de dinámicas es Álvaro Uribe Vélez.

Los discursos oficiales centralizan y compactan ciber comunidades en redes sociales digitales

Con las cartografías web que se elaboraron a través del software Nodexl y Gephi, se pudo observar que Juan Manuel Santos Calderón genera comunidades de discusión más grandes que las de Álvaro Uribe Vélez, teniendo en cuenta que la extracción de los Tweets se realizó durante el mismo periodo de tiempo y que son 45551 usuarios en la comunidad de discusión de Juan Manuel Santos, frente a 33530 usuarios de la comunidad de discusión de Álvaro Uribe Vélez. Lo anterior nos permite concluir que el actual presidente de la republica genera gran impacto con el tipo de discurso que promueve por la red social digital Twitter, y que, aunque Álvaro Uribe suele ser visto como un usuario importante dentro de esta red social, Juan Manuel Santos con su estilo narrativo, su discurso en torno al proceso de paz y a los comportamientos positivos, atrae mucha más atención de los usuarios.



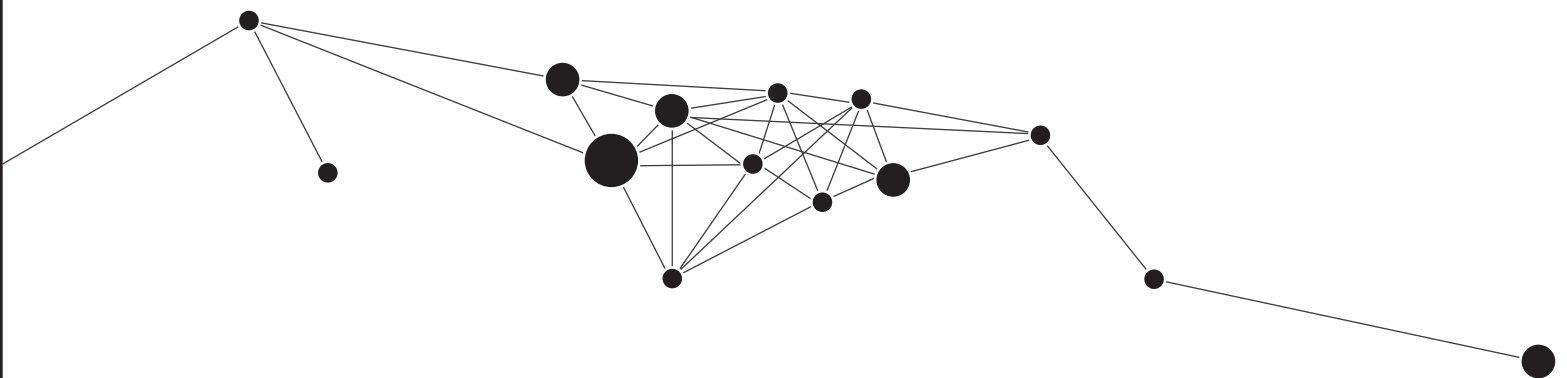
Conclusiones

El ex presidente Álvaro Uribe Vélez y el presidente Juan Manuel Santos Calderón utilizan la red social digital Twitter como herramienta comunicativa para la difusión de sus discursos políticos, por medio del uso de estrategias durante la construcción y publicación de sus mensajes. Ambos tienden a construir sus tweets con un estilo o tendencia en específico.

Es evidente que existe una limitación de caracteres a la hora de redactar el mensaje. Pero esto, más que verse como un punto negativo, ha permitido la inmediatez y ha facilitado la cercanía de ambos políticos con la ciudadanía. La transformación que el discurso ha sufrido en el lapso de tiempo que comprende el antes y el después de los ordenadores, ha tenido aspectos positivos que se pudieron evidenciar durante la elaboración del trabajo.

Cabe entonces enumerar los puntos más relevantes de este artículo. En primer lugar, se pudo concluir que ambos políticos se centran en temas globales como la geografía y el urbanismo, las cuestiones sociales, los pensamientos y comportamientos; por una parte, Álvaro Uribe Vélez construye el discurso con un estilo descriptivo, es decir, tiende a explicar los hechos de una manera más detallada y se vale de más contenido multimedia (videos, fotos, artículos de opinión y de prensa, etc.), y Juan Manuel Santos utiliza el discurso narrativo y se vale de más adjetivos subjetivos que Álvaro Uribe Vélez, con el fin de generar más reacciones emocionales en la audiencia, también hace énfasis en los comportamientos positivos, es decir, habla frecuentemente de las obras que realiza y que pretende realizar durante su gobierno para el beneficio del país. Su tema principal gira en torno a la paz y busca dar mensajes de esperanza a los colombianos. En ninguna ocasión se detectó dentro de sus mensajes que nombrara a Álvaro Uribe Vélez o a las Farc (Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia).

Álvaro Uribe, habla con frecuencia acerca de sus opiniones y de sus desacuerdos con otros políticos. En especial se dedica a nombrar el proceso de paz y sus contras, nombra con frecuencia a las Farc y a sus víctimas, expresa que el terrorismo se está apoderando del país y que los delitos no pueden quedar en la impunidad.



Por último, las cartografías web que se realizaron, demuestran que Juan Manuel Santos Calderón tiene una comunidad de discusión mucho más grande que la de Álvaro Uribe Vélez, lo que indica que los usuarios tienen mejor disposición cuando se trata de hablar de temas positivos, y que el movimiento de las emociones que tiende a hacer el presidente, le da un buen resultado. Se pudo observar la importancia de tener una estructura clara por parte del emisor a la hora de la construcción de sus mensajes y de entregar información a los receptores, pues de un buen mensaje depende el impacto que se genere.

Esta investigación logra evidenciar las particularidades de los discursos políticos mediados por ordenador, una nueva tendencia en comunicación política, que debe ser aprovechada por profesionales de las ciencias sociales, en especial la comunicación, el periodismo y la política, para comprender las dinámicas que se generan en internet y las redes sociales, como nuevas ágoras públicas.

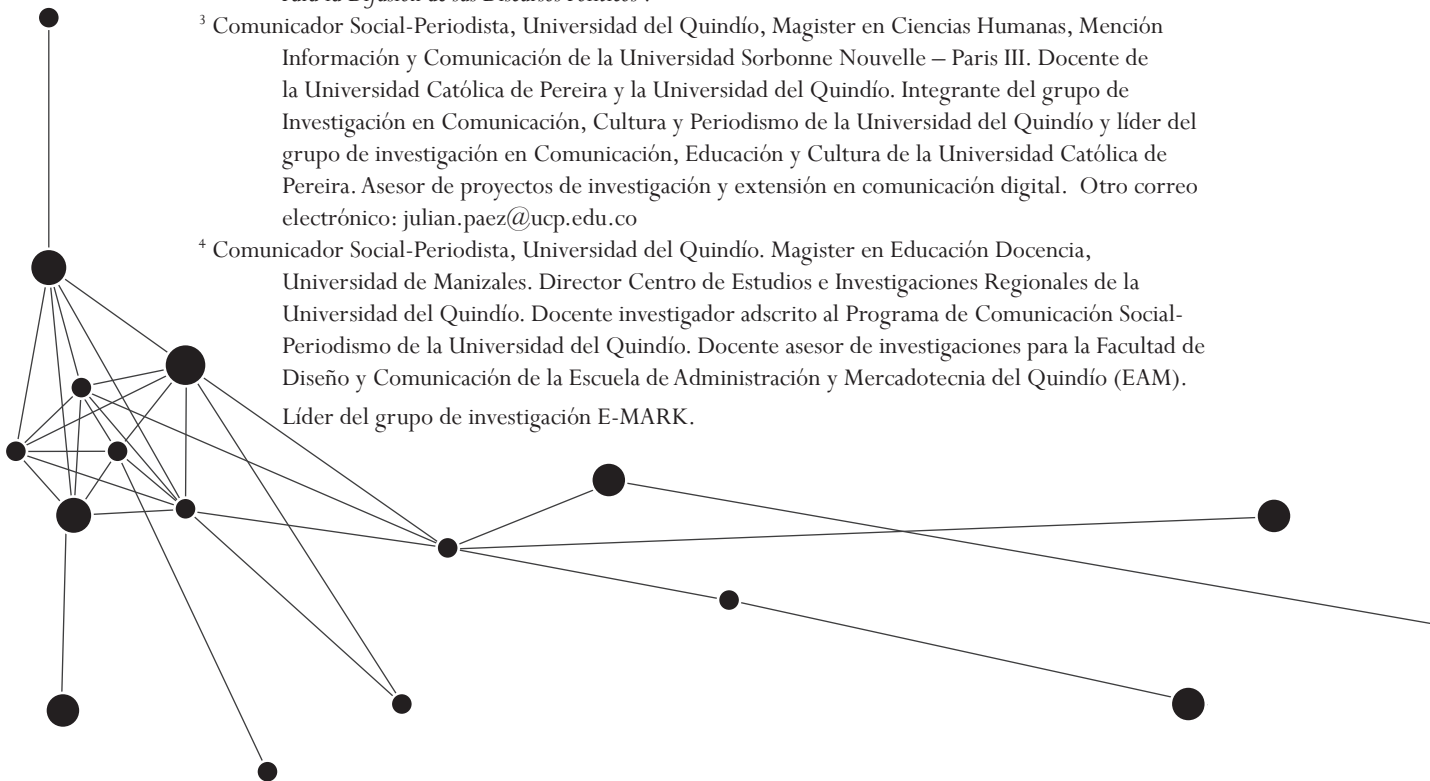
Notas

¹ Este artículo es resultado del proyecto de investigación *Análisis de las Cuentas de Twitter del Presidente Juan Manuel Santos y el Ex-presidente Álvaro Uribe Vélez Como Herramientas Comunicativas Para la Difusión de sus Discursos Políticos*. Proyecto elaborado por la estudiante Laura María López Urrea del Programa de Comunicación Social-Periodismo y el grupo de investigación en Comunicación, Cultura y Periodismo, de la Universidad del Quindío y en colaboración con el grupo de investigación Marketing de Entretenimiento E-MARK. de la Escuela de Administración y Mercadotecnia del Quindío.

² Estudiante de Comunicación Social – Periodismo de la Facultad de Ciencias Humanas y Bellas Artes de la Universidad del Quindío. Investigadora principal del proyecto “*Análisis de las Cuentas de Twitter del Presidente Juan Manuel Santos y el Ex-presidente Álvaro Uribe Vélez Como Herramientas Comunicativas Para la Difusión de sus Discursos Políticos*”.

³ Comunicador Social-Periodista, Universidad del Quindío, Magister en Ciencias Humanas, Mención Información y Comunicación de la Universidad Sorbonne Nouvelle – Paris III. Docente de la Universidad Católica de Pereira y la Universidad del Quindío. Integrante del grupo de Investigación en Comunicación, Cultura y Periodismo de la Universidad del Quindío y líder del grupo de investigación en Comunicación, Educación y Cultura de la Universidad Católica de Pereira. Asesor de proyectos de investigación y extensión en comunicación digital. Otro correo electrónico: julian.paez@ucp.edu.co

⁴ Comunicador Social-Periodista, Universidad del Quindío. Magister en Educación Docencia, Universidad de Manizales. Director Centro de Estudios e Investigaciones Regionales de la Universidad del Quindío. Docente investigador adscrito al Programa de Comunicación Social-Periodismo de la Universidad del Quindío. Docente asesor de investigaciones para la Facultad de Diseño y Comunicación de la Escuela de Administración y Mercadotecnia del Quindío (EAM). Líder del grupo de investigación E-MARK.



Referencias

- Arendt, H. (1993) *La condición humana*. Trad. Ramón Gil. Barcelona, Paidós.
- Calsamiglia, H y Tusón, A. (1999). *Las cosas del decir: Manual del discurso*. Barcelona. Editorial Ariel.
- Dang-Xuan, L., Stieglitz, S., Wladarsch, J., & Neuberger, C. (2013). *An investigation of influentials and the role of sentiment in political communication on Twitter during election periods*. *Information, Communication & Society*, 16(5), 795-825.
- González, H. (2011). "Propuesta de lectura desde la lingüística textual". Consultado el 23 de septiembre del 2015 en, <http://www.monografias.com/trabajos82/propuesta-lectura-linguistica-textual/propuesta-lectura-linguistica-textual2.shtml>
- González, M. (2013). Historia de internet. Consultado el 27 de septiembre del 2015 en, <http://redestelematicas.com/historia-de-internet-nacimiento-y-evolucion/>
- Habermas, J. (1988) *l'espace public: archeologie de la publicite comme dimension constitutive de la societe bourgeoise*. Éditions Payot. Paris.
- Mancera, A. y Pano, A. (2013). *El discurso político en Twitter*. España: Editorial Anthropos. Universidad de Sevilla.
- Mancera, A. y Pano, A. (2013). *Nuevas dinámicas discursivas en la comunicación política en Twitter*. España: Editorial Anthropos. Universidad de Sevilla.
- Núñez, E. (2000). Tesis doctoral. "aproximación al léxico del lenguaje político español". Consultado el 30 de septiembre del 2015 en, <http://www.biblioteca.uma.es/bbl/doc/tesisuma/1627684x.pdf>
- Pazos, M. Pérez, A. Salinas, J. (2001). *Comunidades virtuales: de las listas de discusión a las comunidades de aprendizaje*. 6-7. Universidad de las Islas Baleares. Consultado el 17 de octubre del año 2015, en <http://gte.uib.es/pape/gte/sites/gte.uib.es/pape/gte/files/COMUNIDADES%20VIRTUALES-%20De%20las%20listas%20de%20discusi%C3%B3n%20a%20las%20comunidades%20de%20aprendizaje.pdf>
- Rivera, B. Rosa, A. (2009). "Aproximación al análisis crítico del discurso político. Un estudio de caso". Consultado el 30 de septiembre del 2015 en, <http://repositorio.utp.edu.co/dspace/handle/11059/1625>
- Solís, M. (2001). "Análisis del discurso y práctica pedagógica". Consultado el 20 de septiembre del 2015 en, <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=38401117>
- Stieglitz, S., & Dang-Xuan, L. (2012, January). *Political communication and influence through microblogging--An empirical analysis of sentiment in Twitter messages and retweet behavior*.
- Van Dijk T. A. (1980). *Estructuras y funciones del discurso*. (M. Mur, Trad.) (Edición: 1). México: Siglo veintiuno editores.
- Vela, D. (2015). "Características y funciones de las herramientas digitales" https://prezi.com/fclol_hf2ada/caracteristicas-y-funciones-de-las-herramientas-digitales/
- Wodak, R. Meyer, M. (2001). "Métodos de análisis crítico del discurso". Consultado el 10 de Septiembre del 2015 en, <http:// analisisdeprensa.cl/web/wp-content/uploads/2015/04/Libro-Wodak-Metodos-de-Analisis-Critico-del-Discurso-Wodak-y-Meyer.pdf>