

UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA  
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACION  
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
BIBLIOTECA GUSTAVO LEAL

FECHA DE ENTREGA: Diciembre, 2013

AUTORIZACION PARA LA DIFUSIÓN ELECTRONICA DE LOS TRABAJOS DE GRADO Y/O  
TRABAJOS DE ASCENSO DE LA ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
UCV.

Yo, (Nosotros): Coral Misticoni y Génesis Escalona, autor(es) del trabajo: Yo, nosotros y ellos 2.0: comparación entre la representación social construida por los candidatos Hugo Chávez y Henrique Capriles desde sus cuentas personales en Twitter.Caso: Campaña Electoral para las elecciones presidenciales, Venezuela 2012.

Presentado para optar: Al título de Licenciado en Comunicación Social

A través de este medio autorizo a la Escuela de Comunicación Social de la UCV, para que difunda y publique la versión electrónica de este trabajo de grado, a través de los servicios de información que ofrece la Biblioteca Gustavo Leal de la Institución, sólo con fines de docencia e investigación, de acuerdo a lo previsto en la Ley sobre Derecho de Autor, Artículo 18, 23 y 42 (Gaceta Oficial N° 4.638 Extraordinaria, 01-10-1993).

	Si autorizo
X	Autorizo después de 1 año
	No autorizo

Firma(s) autor (es)

Coral Misticoni

C.I. N° 19650989

e-mail: misticoni3@gmail.com

Génesis Escalona

C.I. N° 20116271

e-mail: genesisaes@gmail.com

Por el equipo

C.I. N° \_\_\_\_\_

e-mail: \_\_\_\_\_

C.I. N° \_\_\_\_\_

e-mail: \_\_\_\_\_

En Caracas, a los 03 días del mes de diciembre de 2013

**Nota:** En caso de no autorizar: la Escuela de Comunicación Social publicará en sus portales la referencia bibliográfica, tabla de contenido (índice) y un resumen descriptivo elaborado por la Biblioteca Gustavo Leal, sus palabras claves y se indicará que el autor decidió no autorizar el acceso al documento a texto completo.

La cesión de derechos de difusión electrónica, no es cesión de los derechos de autor, porque este es intransferible.

Título del Producto o Propuesta: Yo, nosotros y ellos 2.0: comparación entre la representación social construida por los candidatos Hugo Chávez y Henrique Capriles desde sus cuentas personales en Twitter.Caso: Campaña Electoral para las elecciones presidenciales, Venezuela 2012.



**UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA  
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN  
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**Yo, nosotros y ellos 2.0: comparación entre la representación social  
construida por los candidatos Hugo Chávez y Henrique Capriles  
desde sus cuentas personales en Twitter. Caso: Campaña Electoral  
para las elecciones presidenciales, Venezuela 2012.**

Trabajo especial de grado para optar el título de Licenciado en Comunicación Social

**Tutor:**

Luis A. Santiago A.

**Autoras:**

Br. Génesis A. Escalona S.

Br. Coral Misticoni C.

Caracas, octubre 2013.

## **DEDICATORIA**

*A mi mamá por estar ahí siempre y acompañarme en cada paso de mi vida*

*A mi papá por enseñarme el valor del esfuerzo y la responsabilidad*

*A mis nonnos por siempre estar orgullosos de mí*

*A mi hermana*

*A mi familia a pesar de la distancia*

*A mis buenos amigos, los que siempre han estado*

*A mis compañeros*

*A Patica, por su ejemplo de fuerza y valentía*

*A mi amor, gracias por todo.*

**Coral**

*A mi madre por ser mi fortaleza y ejemplo de superación*

*A mi padre por enseñarme a dar lo mejor de mí con alegría*

*A mi hermano por estar conmigo siempre y defenderme*

*A Phiru por darme todo su cariño invaluable*

*A mi familia por todo su amor, apoyo y lealtad*

*A mis viejos y nuevos amigos*

*A todos los que me acompañaron siempre...*

**Génesis**

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar, queremos agradecer a nosotras mismas por el compromiso que adquirimos al emprender juntas esta última meta de nuestra carrera y apoyarnos incondicionalmente hasta cumplirla.

Agradecemos a Dios por guiarnos desde el inicio de esta etapa de nuestras vidas y por permitirnos conocer a personas maravillosas que nos acompañaron a lo largo de este camino y que hoy podemos llamar amigos. A ellos, mil gracias por hacer más fácil nuestra experiencia en la UCV, por las risas, los recuerdos y las experiencias compartidas que serán inolvidables.

A nuestros familiares por estar allí siempre dándonos ánimo en los momentos difíciles y por celebrar cada uno de los logros que poco a poco hemos ido alcanzando, gracias por sus palabras que nos dieron calma en los momentos de angustia, ¡LOS QUEREMOS!

También queremos agradecer a Mariaemilia –Winnie- por ser pilar fundamental en la realización de este trabajo de grado, sin tu apoyo nada de esto hubiera sido posible, ¡MIL GRACIAS!

Finalmente, a nuestra Alma Mater por recibirnos y formarnos como profesionales.

## ÍNDICE GENERAL

<b>DEDICATORIA .....</b>	<b>II</b>
<b>AGRADECIMIENTO .....</b>	<b>III</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>VIII</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
<b>CAPÍTULO I .....</b>	<b>6</b>
<b>EL PROBLEMA .....</b>	<b>6</b>
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	6
1.2 OBJETIVOS .....	20
1.2.1 <i>Objetivo General</i> .....	20
1.2.2 <i>Objetivos Específicos</i> .....	20
<b>CAPÍTULO II.....</b>	<b>22</b>
<b>MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>22</b>
2.1 ANTECEDENTES.....	22
2.2 BASES TEÓRICAS.....	25
2.2.1 <i>El discurso</i> .....	26
2.2.2 <i>Representaciones Sociales</i> .....	51
2.2.3 <i>Roles</i> .....	60
2.2.4 <i>Redes sociales</i> .....	63
2.2.5 <i>Campañas electorales</i> .....	71

<b>CAPÍTULO III .....</b>	<b>79</b>
<b>MARCO METODOLÓGICO .....</b>	<b>79</b>
3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN .....	79
3.2 PERIODO DE LA INVESTIGACIÓN .....	81
3.3 UNIVERSO .....	82
3.4 MUESTRA .....	83
3.5 TÉCNICAS E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS .....	85
3.6 VALIDEZ Y CONFIABILIDAD .....	92
<b>CAPÍTULO IV .....</b>	<b>94</b>
<b>ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS .....</b>	<b>94</b>
4.1. CONTEXTO .....	94
4.1.1 <i>Hugo Rafael Chávez Frías</i> .....	94
4.1.2 <i>Henrique Capriles Radonski</i> .....	102
4.2 ANÁLISIS DE LAS REPRESENTACIONES SOCIALES .....	108
4.2.1 <i>Análisis de los tweets emitidos por @chavezcandanga</i> .....	109
4.2.2 <i>Análisis de los tweets emitidos por @hcapriles</i> .....	126
4.2.3 <i>Análisis comparativo entre @chavezcandanga y @hcapriles</i> .....	139
<b>CAPÍTULO V .....</b>	<b>147</b>
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>147</b>
<b>GLOSARIO DE TÉRMINOS .....</b>	<b>156</b>
<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>158</b>

## ÍNDICE DE ANEXOS

<b>ANEXOS A .....</b>	<b>166</b>
TWEETS @CHAVEZCANDANGA Y @HCAPRILES .....	166
<b>ANEXOS B.....</b>	<b>178</b>
INFOGRAFÍAS Y GRÁFICOS .....	178

## Resumen

Las representaciones sociales constituyen una fuente valiosa de información que nos permite comprender cómo se comportan e interactúan los individuos en las sociedades. Los actores políticos juegan un papel importante en la construcción de estas representaciones ya que proyectan, a través de sus discursos, las visiones que tiene un colectivo sobre la sociedad. Para interactuar de forma más efectiva con su entorno, los políticos actualmente hacen uso de la red social Twitter, herramienta comunicacional que les permite intercambiar información e incorporarse a la esfera política mundial. Para los efectos de esta investigación se estudió el caso de la campaña electoral previa a las elecciones presidenciales del 07 de octubre del 2012, mediante el análisis de las representaciones sociales construidas por Hugo Chávez y Henrique Capriles Radonski a través de sus cuentas en Twitter. Este trabajo de grado se enmarcó dentro de la investigación de campo, aplicándose la metodología para el estudio de las representaciones sociales propuesta por Theo Van Leeuwen. Del total de tweets emitidos desde las cuentas @chavezcandanga y @hcapriles, se seleccionó una muestra aleatoria de un tweet por día durante el periodo de campaña electoral del 1ro de julio al 4 de octubre de 2012, para posteriormente tomar el 50% de los tweets anteriormente seleccionados. Ambos candidatos presentaron en su discurso a los actores sociales desde tres perspectivas: el YO, cómo se representaron ambos actores políticos a sí mismos; NOSOTROS, cómo representaron los políticos a sus adeptos; y ELLOS, cómo representaron estos actores a sus oponentes. De acuerdo a lo manifestado anteriormente, se llegó a la conclusión que en la categoría YO ambos candidatos se representaron como líderes indiscutibles de su grupo político; en NOSOTROS, hacen distinción entre sus seguidores políticos y todos los venezolanos; y en la categoría ELLOS, Chávez excluye a sus oponentes y Capriles los incluye para descalificarlos.

**Palabras claves:** representaciones sociales, actores sociales, actores políticos, campañas electorales, Twitter, redes sociales, análisis de discurso, Hugo Chávez, Henrique Capriles Radonski, elecciones presidenciales 2012, política y sociedad venezolana.



## **Abstract**

Social representations are a valuable source of information that allows us to understand how individuals behave and interact in society. Political actors play an important role in the construction of these representations projected through their speeches, visions that have a group on society. For greater interaction and acceptance, politicians currently use Twitter, a social networking tool that allows the exchange of information and recreation of interpersonal relationships. Politicians have joined Twitter because of the reach and impact it has on the societies. This research focused on studying the political campaign that preceded the Venezuelan presidential elections last October 7, 2012, through the analysis of the social representations built by Hugo Chavez and Henrique Capriles through their Twitter accounts. This field research applied the methodology of social representations proposed by Theo Van Leeuwen. From the accounts @chavezcandanga and @hcapriles, the researchers selected a random sample of one tweet per day during the election campaign period from July 1<sup>st</sup> to October 4<sup>th</sup>, 2012, later to take 50% of tweets previously selected. Both candidates represented social actors in their discourses using three perspectives: the I, or how political actors represented themselves; US, how politicians represent their followers; and THEM, how these actors represent their opponents. After studying the corpus it's a fact that in category I, both candidates were represented as undisputed leaders of their political group; in category US they made a distinction between their political followers and all Venezuelans; and in category THEM Chavez excludes opponents and Capriles includes them to exert disqualification.

**Keywords:** social representations, social actors, political actors, campaigns, Twitter, social networks, discourse analysis, Hugo Chávez, Henrique Capriles Radonski, presidential elections 2012, Venezuelan politics and society.

## INTRODUCCIÓN

La llegada de Hugo Chávez al poder en 1999 supuso un cambio drástico en la política que se venía escenificando en el país desde la consolidación de la democracia a través del Pacto de Puntofijo en 1958. El 51% de la población creyó en el proyecto de país que presentó Chávez y su elección como Presidente significó la ruptura de las políticas bipartidistas que hasta el momento mantenían los partidos tradicionales Acción Democrática y COPEI, siglas del Comité de Organización Política Electoral Independiente.

Durante los 14 años en los que Hugo Chávez se mantuvo en el poder, persistió una marcada división que profundizó las diferencias entre el gobierno y el sector político que le adversaba. El avance de esta polarización, de la mano con los adelantos en el quehacer tecnológico y la expresión social catalizada a través de redes sociales, creó el escenario idóneo para que el discurso político buscara nuevas vías de difusión y debate.

El discurso político dirigido a través de nuevos medios sociales como Twitter ha dado un nuevo aire a las estrategias partidistas, a sus protagonistas y a las campañas electorales en el globo entero, y Venezuela no podía prescindir de la oportunidad presentada por las redes sociales para tocar a los electores. Es por esto que en el año

2012 Hugo Chávez y su contendor a la Presidencia de la República Bolivariana de Venezuela, Henrique Capriles, usaron la red social Twitter como parte de sus estrategias políticas a la red social Twitter. Este fenómeno presente por primera vez en unas elecciones presidenciales en el país, sirvió de palestra alternativa a sus protagonistas, su discurso, sus ideologías y a las creencias de sus grupos de interés, haciéndola de sumo provecho para su estudio. Todas estas formas de interacción social se reúnen en una confluencia que el autor Serge Moscovici denominó, en 1979, representaciones sociales.

Las representaciones sociales se forman a través de nociones, prácticas y valores que se agrupan en lo que conocemos como sentido común. La construcción de estas representaciones se da en la cotidianidad de la vida y en el curso de cualquier tipo de comunicación, lo que le da a los individuos los medios para orientarse en el entorno en el que se desenvuelven sus grupos de interés.

Con el desarrollo de las nuevas tecnologías se han abierto nuevos espacios de comunicación, por lo que se construyen y se comparten formas alternativas de representación social. El auge que han alcanzado las redes sociales durante los últimos años, ha cambiado la dinámica de distintos procesos de información y comunicación tradicionales en el ámbito mundial.

Un ejemplo de dichos avances tecnológicos lo da la red social antes mencionada, Twitter, que desde hace cuatro años se incorporó a la esfera política como una

herramienta comunicacional cuyas características permiten una comunicación más directa e inmediata entre los actores sociales; es decir, entre políticos y ciudadanos.

Los actores políticos cumplen un importante rol en la construcción de las representaciones sociales, ya que proyectan a través de sus discursos las distintas visiones que tiene un colectivo de la sociedad. Además, como representantes del pueblo, deben velar por el interés general de los ciudadanos y mantener el deber constitucional de servir al país, pues los políticos son los representantes de la ciudadanía en el mantenimiento, la gestión y administración de los recursos públicos.

Asimismo, los actores políticos se constituyen como puentes de comunicación entre distintos sectores, ya que son mediadores sociales al servicio público con el objetivo de construir una sociedad que represente las expectativas de sus electores. Actualmente, para lograr establecer dichos puentes de comunicación, los políticos se enfrentan a un gran número de desafíos en la captura de la atención de los ciudadanos.

Debido a que la información se multiplica, los actores políticos deben adentrarse en las nuevas tecnologías, ya que los medios tradicionales no son suficientemente rápidos ni eficaces para difundir los mensajes, y por supuesto no les dan cabida a todos por igual. Es por esta razón que Twitter se ha convertido en una herramienta significativa para la propaganda política, siendo protagonista de importantes campañas electorales alrededor del mundo. En este sentido los políticos venezolanos

se dieron cuenta de la preponderancia de Twitter, puesto que esta herramienta se presenta como un medio alternativo en el que pueden difundir mensajes de forma masiva, gratis y sin intermediarios, además tener una retroalimentación inmediata con sus seguidores.

Durante la campaña electoral para las elecciones presidenciales del pasado 07 de octubre de 2012, los candidatos principales, Hugo Chávez y Henrique Capriles Radonski, hicieron uso de sus cuentas en la red social Twitter para mostrar su ideología y visión de país, y de esta forma ganar la aceptación y simpatía entre los usuarios de la red.

Todos los aspectos señalados anteriormente impulsan el desarrollo de esta investigación, ya que como comunicadores sociales es fundamental entender cómo el desarrollo de las tecnologías van complejizando los procesos comunicacionales, la forma en que interactúan las sociedades y cómo se han modificado las relaciones de poder.

Venezuela es un país donde Twitter ha tenido un gran impacto, permitiendo a sus usuarios narrar o comentar hechos sucedidos en diversos escenarios en tiempo real y expresar su opinión sobre ello. Además aquellos procesos comunicativos unidireccionales, donde los receptores eran masas pasivas que sólo recibían información, parecen desvanecerse ante la inclusión de las nuevas tecnologías de comunicación inmediata y protagónica. Con un medio como este, los políticos

venezolanos aprovecharon la oportunidad de expandir sus discursos y difundir su percepción sin costo alguno.

En ese sentido, el modelo de las representaciones sociales de Theo Van Leeuwen es una herramienta especializada que se ajusta de manera idónea al objeto del presente análisis, a fin de identificar las creencias y conocimientos subyacentes en 140 caracteres. El uso de esta teoría permitirá visualizar cuál es la verdadera idea de país que por un lado comparten “los revolucionarios y su líder” y por otro “los opositores y su líder”.

Para comprender la dinámica del discurso en este nuevo medio propagandístico y cómo se desarrolla la interacción entre los interlocutores, se propone el estudio de las representaciones sociales para identificar las visiones sostenidas por los dos principales actores políticos del país para el momento de las elecciones del 07 de octubre de 2012, Hugo Chávez y Henrique Capriles, a través de las construcciones verbales publicadas en sus cuentas de Twitter.

El objeto de este trabajo de investigación constituye un aporte a la interpretación de los fenómenos político-comunicacionales a partir de la perspectiva del análisis de las representaciones sociales, para dar un enfoque distinto a la comprensión de la relación entre los gobernantes y los gobernados.

# **CAPÍTULO I**

## **EL PROBLEMA**

### **1.1 Planteamiento del Problema**

En el año 1999, Hugo Chávez llegó al poder luego de una controvertida vida militar. A principios de 1992 participó en un intento de golpe de Estado para sacar del poder al presidente en ejercicio, Carlos Andrés Pérez. Por estas acciones estuvo recluido en la penitenciaría de Yare hasta el año 1994.

Con el apoyo del Movimiento V República, en 1998, Chávez se postuló como candidato a la Presidencia y resultó ganador. A tres años en el poder, partidos políticos y asociaciones civiles opositoras al gobierno se agruparon en la llamada Coordinadora Democrática, cuyo propósito era impulsar acciones para buscar la salida del poder del presidente Chávez.

Bajo ese precepto, en diciembre de 2002 la Coordinadora Democrática, junto a Fedecámaras y la Federación Venezolana de Trabajadores (CTV), impulsó el paro petrolero, que supuso la paralización total de la industria petrolífera por casi dos meses. Esta acción fue un duro golpe a la economía del país y al gobierno de Hugo Chávez.

La Coordinadora Democrática también fue responsable de organizar la solicitud para activar el referéndum revocatorio, contemplado en el artículo 72 de la Constitución Nacional de la República Bolivariana de Venezuela, el cual estipula que todos los cargos de elección popular son revocables una vez transcurrido la mitad del periodo. Dicha solicitud debe ir acompañada por las firmas de al menos 20% de los electores inscritos en el registro electoral.

Esta consulta se dio el 15 de agosto del año 2004, con la participación de casi 70% del electorado. El resultado oficial favoreció al presidente Chávez, pues el 59% de los electores decidió no revocarle el mandato. Poco después de esta derrota la Coordinadora Democrática se disolvió.

Después de este referéndum y de ganar las elecciones de 2006 y 2012, Chávez se mantuvo como cabeza de Estado y de Gobierno hasta el momento de su deceso, en marzo de 2013. A pesar del desgaste político que suponía tantos años en el poder, se lanzó como candidato para las elecciones del año 2012, aún después de haberle sido diagnosticado, en 2011, un absceso pélvico con células cancerígenas, por lo que fue sometido a varias operaciones quirúrgicas y a tratamientos de radioterapia.

Por su parte, los partidos políticos de oposición Acción Democrática, COPEI, Primero Justicia y Un Nuevo Tiempo, entre muchos otros, se aglutinaron nuevamente en enero de 2008 para formar la Mesa de la Unidad Democrática (MUD), y organizaron las primeras elecciones primarias abiertas en la historia de Venezuela



para el 12 de febrero de 2012. En esos comicios se eligió, de entre cinco candidatos, al gobernador del estado Miranda, Henrique Capriles Radonski, como el candidato único de oposición que enfrentaría a Hugo Chávez en las elecciones presidenciales de octubre 2012.

Ya con los dos actores principales definidos, se dio inicio a un nuevo duelo político en el país: la campaña electoral por la Presidencia de la República Bolivariana de Venezuela para el período 2013 - 2019, la cual fue pautada por el Concejo Nacional Electoral para el periodo comprendido entre el primero de julio y el 04 de octubre de 2012. Este enfrentamiento entre las dos voces polarizantes del debate político nacional se daría a través de todos los medios incluyendo las redes sociales, cuyo uso se ha convertido en una forma novedosa de acceder directamente al electorado.

En la actualidad las herramientas comunicacionales para replicar los discursos políticos durante las campañas electorales son muchas y de gran alcance e influencia. Uno de los factores que determinan la continua transformación de las campañas electorales es el impacto que tienen los nuevos medios de comunicación. Según Pallarés y Gifreu (2008), en el artículo *De la tv a la www*, a finales de los años 50 el protagonismo de los medios de comunicación en los procesos electorales cruzaba un punto de inflexión con la irrupción de la televisión, primero en los Estados Unidos de América y luego en Europa.

Las estrategias centrales de los partidos políticos, en décadas posteriores a los años 50, giraban en torno al uso de la televisión como un instrumento de comunicación política de amplia difusión, por lo que Pallarés et al (2008) señala que “se ha ido manifestando así una clara tendencia a la globalización en las campañas electorales y de comunicación política, con una gran similitud en su concepción y el planteamiento en los distintos países”. (p. S/N)

El avance y desarrollo que representa Internet aporta mecanismos para cambiar o transformar el sistema globalizado de la comunicación política. En el libro *Planeta web 2.0: Inteligencia colectiva o medios fast food* de Cobo y Pardo (2007) se define la Web 2.0 como un fenómeno tecno-social que nació en 2004 y que se popularizó a partir de sus aplicaciones y la sobreoferta de cientos de herramientas intentando captar usuarios o generadores de contenidos.

Con la llegada de la Web 2.0 surgieron nuevas plataformas que cambiaron en muchos ámbitos la forma de comunicarse. Los blogs y las conocidas redes sociales funcionan como un medio de intercambio de información y generación de relaciones interpersonales que son cada vez más importantes. Una de estas herramientas ha cobrado especial relevancia, sobretodo en la arena política: Twitter. Esta red integra las características narrativas del blog, así como la posibilidad de intercambiar contenidos y generar una respuesta casi de forma inmediata.

Twitter es una red social de microblogging en el que se pueden enviar mensajes cortos, con un máximo de 140 caracteres, llamados tweets. Según Juan Diego Polo (2009) en el libro *Twitter para quién no usa Twitter*, esta red social es “una aplicación en la web que permite escribir pequeños textos y que pueden ser leídos por cualquiera que tenga acceso a su página o perfil”. (p. 6)

El término política 2.0 ha estado en la palestra del acontecer mundial después de que el actual presidente de los Estados Unidos, Barack Obama, desplegara su campaña política del 2008 a través de las redes sociales. En ese periodo, Obama se encargó de seguir a cientos de usuarios en Twitter y publicar más de 1800 videos en su cuenta de YouTube. De igual forma sucedió en su momento con los candidatos a la Presidencia por Colombia, Juan Manuel Santos, y Sebastián Piñera por Chile, quienes a su vez utilizaron las redes sociales Twitter, Facebook y YouTube para hacer propaganda.

En el caso venezolano, desde el primero de abril de 2010, el presidente Hugo Chávez también se hizo presente en Twitter con la creación de su cuenta @chavezcandanga con el fin, según sus propias palabras, de contrarrestar la presencia de la oposición en las redes sociales.

Para el momento de este estudio, Chávez contaba con más de 4.214.521 seguidores y pese a su fallecimiento, continúa siendo el segundo Jefe de Estado con más seguidores en el mundo detrás de Barack Obama. En Latinoamérica, Chávez era

el líder en Twitter; seguido por Cristina Fernández de Kirchner, presidenta de la República Argentina, con al menos 2.079.567 seguidores en un país dos veces más poblado que Venezuela.

Por su parte, la tolda opositora, también ha sabido explotar este recurso mediático, inclusive antes de que el Gobierno lo hiciera. Ejemplo de ello es el político y Gobernador del estado Miranda, Henrique Capriles, quien desde el 15 de junio de 2009 tiene su cuenta @hcapriles activa, y ha logrado alcanzar un número de 3.419.028 seguidores hasta la fecha del presente estudio. Este espacio recibe un tratamiento importante en el que tienen cabida la propaganda, las denuncias y el debate político en igualdad de roles entre el gobernador y sus adeptos.

La difusión de las ideologías y programas políticos del Gobierno y la oposición a través del Twitter se debe al auge y popularidad que ha alcanzado esta red social en el país. Esto tiene una explicación plausible en los datos suministrados por la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (Conatel): en Venezuela hay 12,1 millones de internautas, quienes representan al 41% de la población (estimaciones al cierre del II trimestre de 2012).

Durante el año 2012, el impacto de la red social Twitter en la política y la sociedad venezolana quedó evidenciada cuando la cuenta @chavezcandanga cumplió 2 años, los cuales fueron celebrados por las autoridades del alto Gobierno y simpatizantes del oficialismo desde el Teatro Principal de Caracas, donde el Presidente, por contacto

telefónico, declaró: "Es una herramienta política comunicacional de la revolución. Por aquí batallamos las ideas de las grandes corporaciones mediáticas [...] por el Twitter, el pueblo tiene participación en las políticas de la revolución venezolana" (Moreno, 2012).

Otra demostración del protagonismo de esta red social en la política venezolana es que el entonces candidato a la presidencia de Venezuela, Henrique Capriles, superase en número de seguidores en Twitter a todos los Jefes de Estado de América Latina, reflejando así la penetración de esta herramienta en la sociedad venezolana y la importancia que el ámbito político le ha otorgado a ésta.

Contando con este nuevo medio para la propaganda política, se desarrolló la campaña electoral para la presidencia de la República Bolivariana de Venezuela entre el primero de julio y el 04 de octubre de 2012. El escenario propuesto a los venezolanos era, por un lado, la consecución y consolidación de la llamada Revolución Bolivariana, o por el otro, un cambio drástico en las políticas que se implementaban en el país. El presidente Hugo Chávez, candidato a la reelección, y el Gobernador del estado Miranda y ganador de las elecciones primarias convocadas por los partidos de oposición el pasado 12 de febrero de 2012, Henrique Capriles Radonski, se midieron ante las urnas de votación el 7 de octubre resultando ganadora la tola oficialista.

La profesora de la Universidad Rafael Urdaneta, María Alexandra Semprún (c.p. Bello, 2012), señaló en relación a la contienda electoral que:

Las campañas han sido muy activas, principalmente en Twitter y a través de Smartphone. Ha sido una batalla campal entre ambos bandos. Impresiona el buen uso de las etiquetas. Se han usado para darle cobertura inmediata a sucesos en pleno desarrollo. Hay que mencionar que las redes también se han prestado para el juego sucio y los ataques personales. (p. S/N)

En el caso del presidente Chávez, aunque supera en número de seguidores a su contrincante, esto no le ha garantizado mayor presencia en el medio. La campaña que llevó a cabo el candidato opositor Henrique Capriles en Twitter, no sólo con su cuenta personal, sino con la apertura de otras cuentas de Twitter asociadas a su causa política, el posicionamiento de hashtags y el diálogo que mantuvo con sus seguidores, lo han convertido en el candidato con más influencia en la web, explicó la especialista en Web 2.0 Iria Puyosa (c.p. Rincón, 2012)

Ante esto cabe aclarar que la política 2.0 es un fenómeno político-social que va avanzando con el paso de los años y que cada vez se va haciendo más poderosa. Julie Barko (2011), ex directora del Instituto para la Política, Democracia y el Internet en la Universidad George Washington y actual vicepresidenta de la consultora norteamericana DCI, señaló en el material audiovisual titulado *Internet hará a los políticos más honestos y transparentes*, que el Internet y las redes sociales son una importante herramienta para acercarse al público y tener contacto directo con la gente. Asimismo, apuntó que el uso efectivo de estas herramientas garantiza el éxito

electoral.

Durante estos periodos electorales, el discurso político se apodera de los medios de comunicación y espacios públicos para influir en la opinión pública. De acuerdo a Bolívar (2007) en su libro *Análisis del Discurso ¿Por qué y Para qué?:*

El discurso político, en la dimensión oral o escrita, es producido por diversos actores sociales que defienden, enfrentan y atacan determinadas posturas. [...] En primer lugar, estos textos tienen la propiedad de ser interactivos. Como bien puntualizó Bajtín (1982), la interacción es inherente a todo discurso tanto el oral como el escrito, pues los hablantes toman en cuenta la perspectiva de sus interlocutores en la articulación de sus enunciados. En segundo lugar, la interacción en estos textos es fuertemente argumentativa, [...]. (p.229)

Generalmente, los análisis de discursos políticos se enfocan en las ofertas y demandas que el emisor hace a su audiencia; sin embargo, lo que no se observa con detenimiento es cómo se representan los participantes en la interacción social. Con el estudio de la representación social, según Bolívar (2007), “es posible inferir visiones que favorecen a un sujeto o actor social pasivo, afectado o víctima de élites dominantes, o activo y dinámico, responsable de sus actos y co-constructor de la sociedad y de las instituciones”. (p. 230)

Un análisis detenido de las representaciones sociales permite observar cómo los actores políticos personalizan las ideologías y creencias del colectivo al que representan, además de la percepción que éstos tienen de otros grupos sociales. En consecuencia, estas visiones establecen los parámetros de interacción entre los

individuos para adecuarse a cualquier entorno social, además de dar una visión global de cómo es la dinámica de una sociedad.

De acuerdo al psicólogo social francés Serge Moscovici, en su obra *El Psicoanálisis, su imagen y su público* (1979):

Las representaciones sociales son entidades casi tangibles. Circulan, se cruzan y se cristalizan sin cesar en nuestro universo cotidiano a través de una palabra, un gesto, un encuentro. La mayor parte de las relaciones sociales estrechas, de los objetos producidos o consumidos, de las comunicaciones intercambiadas están impregnadas de ellas. Sabemos que corresponden, por una parte, a la sustancia simbólica que entra en su elaboración y, por otra, a la práctica que produce dicha sustancia, así como la ciencia o los mitos correspondientes a una práctica científica y mítica. (p.27)

En este sentido, las representaciones sociales tienen una funcionalidad y utilidad práctica en el ámbito social que constituye una condición necesaria para la comunicación. Ellas permiten la comprensión y explicación de la realidad, definición de la identidad, salvaguardan la especificidad de un grupo, guían los comportamientos, actúan como imágenes que sustituyen a la realidad a la que se refieren, crean símbolos, entre muchas más funciones que van construyendo la cultura de una sociedad.

Citando a Moscovici, la Doctora en Ciencias Sociales de la Universidad Sorbona de París, Denise Jodelet, designa el concepto de representación social como:

[...] una forma de conocimiento específico, el saber de sentido común, cuyos



contenidos manifiestan la operación de procesos generativos y funcionales socialmente caracterizados. En sentido más amplio, designa una forma de pensamiento social. Las representaciones sociales constituyen modalidades de pensamiento práctico orientados hacia la comunicación, la comprensión y el dominio del entorno social, material e ideal. En tanto que tales presentan características específicas a nivel de organización de los contenidos, las operaciones mentales y la lógica. (1985 c.p. Jodelet, 2002, p. 474)

Tomando en cuenta las conceptualizaciones anteriores, las representaciones sociales de los actores políticos son el reflejo de la visión que ellos tienen sobre el entorno social que los rodea y cómo quieren que este los perciba. Como líderes de un colectivo, los políticos tienen la función de trabajar para establecer las normas y reglas que rigen el desarrollo de una sociedad en función de sus ideales. Además, la construcción de dichas representaciones son elecciones lingüísticas que los políticos hacen para diseñar un producto comunicacional que pueda influir en el comportamiento de las masas y ganar sus afectos.

En Venezuela, las representaciones sociales son la expresión del conocimiento elaborado y compartido dentro de un grupo que participa en las prácticas sociales comunes. Por un lado, se encuentra el grupo conformado por individuos que defienden los ideales de la revolución bolivariana propuestos por Hugo Chávez; y por el otro, el grupo de individuos que luchan por instaurar el cambio en las políticas actuales del país, liderado por Henrique Capriles Radonski.

Ante esta situación se han marcado grandes diferencias entre las visiones de país que tiene un grupo y otro, lo que ha generado que la sociedad se encuentre altamente

polarizada. Es por esta razón, que los actores políticos se ven obligados a interactuar por cualquier medio para conciliar con otros sectores que los ayuden a legitimarse en el poder.

El uso de la red social Twitter para la campaña presidencial de 2012 podría evidenciar de forma más explícita las representaciones sociales que los actores políticos, Hugo Chávez y Henrique Capriles, tienen sobre distintos grupos de la sociedad venezolana, ya que desarrollar un discurso político en 140 caracteres hace que este sea más sencillo y directo.

La dinámica que se propone en el trabajo, en consecuencia, será analizar la construcción de las representaciones sociales hechas por los candidatos presidenciales para visualizar las posibles coincidencias o discrepancias que existen alrededor de un mismo entorno social, en este caso Venezuela, en función de las ideologías, creencias, valores y cultura que representa cada actor político.

Es por ello, que las autoras se plantean la siguientes interrogantes de investigación: ¿Cuáles son las representaciones sociales que los candidatos presidenciales Hugo Chávez y Henrique Capriles Radonski proponen de sí mismos, de sus seguidores y de sus adversarios, en el discurso electoral publicado desde sus cuentas personales en Twitter durante la campaña electoral del 01 de julio al 04 de octubre del 2012?

Por lo expuesto anteriormente, se hace necesario y se justifica el estudio de las

representaciones sociales construidas por los candidatos presidenciales, pues esto permitirá conocer el sistema de valores, creencias, conocimientos, prácticas y comportamientos que identifican y caracterizan actualmente a la sociedad venezolana en general, su interacción y relaciones de poder con los actores políticos.

Además, estas ponen en evidencia las similitudes y diferencias que hay entre las dos visiones de país que gobiernan la conducta de los venezolanos, y cómo los candidatos lograron persuadir, influenciar e impactar a sus adeptos y adversarios con esta nueva red social.

Por otro lado, la presencia de este método de propaganda electoral digital abre una brecha comunicacional entre las elecciones presidenciales celebradas en 2006 y la protagonizada por Hugo Chávez y Henrique Capriles el pasado 07 de octubre del 2012. Todo esto marca el inicio de una nueva era en la política electoral venezolana, por lo que este trabajo de investigación propone registrar el comportamiento de este fenómeno comunicacional propagandístico y las representaciones de los distintos actores y grupos de la sociedad venezolana.

En consecuencia, la presente investigación pretende construir una referencia para la comprensión y definición de las distintas representaciones sociales que caracterizan a la población venezolana, en función de las dos principales corrientes políticas que imperan en el país, el oficialismo y la oposición, así como indagar en el concepto que tienen ambos actores políticos sobre sí mismos y sus oponentes. Es por ello que este

trabajo busca explicar, analizar y describir los datos y resultados obtenidos según la metodología seleccionada, ya que las autoras no buscan hacer críticas sobre las acciones de un actor político u otro.

Este análisis comparativo se realiza a una muestra de los mensajes emitidos por ambos candidatos durante el periodo de la campaña electoral del primero de julio al 04 de octubre del 2012, según los lineamientos establecidos por el Consejo Nacional Electoral. Además, el proyecto va dirigido a personas que se interesen en la comunicación política, así como aquellos que deseen analizar los hechos y el desenlace de la campaña electoral 2012.

Para responder las interrogantes de este trabajo de investigación deben tomarse en cuenta como limitantes el reducido número de teorías, metodologías y autores relacionados con este tema, lo que representa un condicionante que puede ser solucionado a través de la revisión y selección de bibliografía específica.

Por otro lado, la obtención de los tweets emitidos durante la campaña se dificulta porque la línea de tiempo (timeline) se va actualizando constantemente con los nuevos mensajes y sólo guarda cierto número de publicaciones anteriores. Es por esto que se debe hacer uso de herramientas externas que se encarguen de la localización de las cuentas con todo su historial.

## **1.2 Objetivos**

### **1.2.1 Objetivo General**

Contrastar las representaciones sociales construidas por los candidatos presidenciales Hugo Chávez y Henrique Capriles Radonski sobre sí mismos, sobre sus seguidores y el de sus adversarios, contenidas en el discurso electoral publicado desde su cuenta personal en Twitter durante la campaña electoral del 01 de julio al 04 de octubre de 2012.

### **1.2.2 Objetivos Específicos**

- Seleccionar la metodología idónea para el estudio de los mensajes emitidos por los candidatos a la presidencia venezolana, a través de sus cuentas personales en Twitter: @chavezcandanga y @hcapriles.
- Definir las categorías que van a ser utilizadas como marcadores de referencia para la construcción del análisis de la representación social que funcione para ambos candidatos.
- Analizar la representación social que cada candidato realizó sobre sí mismo, sus adeptos y sus oponentes, a partir del contenido publicado a través de una muestra seleccionada en sus cuentas de Twitter @chavezcandanga y

@hcapriles.

- Contrastar las representaciones sociales construidas por los candidatos presidenciales Hugo Chávez y Henrique Capriles Radonski sobre sí mismos, sobre sus seguidores y el de sus adversarios, contenidas en el discurso electoral publicado desde su cuenta personal en Twitter durante la campaña electoral del 01 de julio al 04 de octubre de 2012.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1 Antecedentes

Los estudios sobre discursos políticos, ideológicos y actuación social han logrado avanzar en el nuevo milenio. La aparición de nuevas herramientas comunicacionales establecen nuevos patrones conductuales en la dinámica político-social, lo cual incrementa el interés de investigadores y académicos por analizar y explicar estos nuevos cambios que se presentan en todo el mundo.

Luego de realizar un arqueo bibliográfico, se encontró un trabajo de grado que servirá de apoyo teórico y metodológico para la ejecución de este estudio: Gustavo Giraldo y Marycarmen Guillén, autores de la tesis titulada *Política en 140 caracteres: comparación entre la representación social propia de los actores políticos en su discurso y su contraparte en la red social Twitter. Caso Elecciones Primarias de Venezuela – 2012: victoria de Henrique Capriles Radonski*, se trazaron el objetivo de establecer la representación social de Henrique Capriles Radonski partiendo del discurso proferido por dicho actor político el 12 de febrero de 2012 y los mensajes publicados en la red social Twitter durante las elecciones Primarias.

Para interpretar cómo se configura la imagen de Capriles, es necesario adentrarse en los resultados arrojados por el análisis del discurso del candidato y de la muestra seleccionada aleatoriamente con el fin de establecer su representación social. En primera instancia, se representa a sí mismo a lo largo de su discurso, visto desde la perspectiva del YO; es decir, ejerciendo la figura de líder político y representando así la nueva cara del sector opositor frente a los comicios electorales a realizarse en octubre de 2012. De esta manera, el actor político verbaliza sus acciones a través del discurso, perfilándose como la persona que sentará las bases para constituir el cambio con la propuesta de un futuro diferente, apoyándose en los ideales que ha desarrollado en la campaña que lo llevó a la victoria en las elecciones Primarias. (Giraldo y Guillén, 2012, p. 142)

Otro trabajo de investigación sobre el análisis del discurso político, fue elaborado por Linares María Alejandra y Zavala Lelia, autoras de la tesis titulada *Radicalización del discurso: Análisis comparativo del enmarcamiento en Hugo Chávez Frías y Henrique Salas Römer durante la campaña presidencial 1998*.

El objetivo principal de esta investigación era analizar, en términos comparativos, el tratamiento que le dieron los candidatos presidenciales a los principales temas de la agenda pública. Las autoras se basaron en la metodología del “framing” o enmarcamiento, la cual se refiere a la forma en que son excluidos o incluidos los aspectos de un tema para fijar la atención de los espectadores. La muestra analizada fueron tres entrevistas realizadas a los actores políticos en medios televisivos. Las conclusiones arrojadas por las investigadoras fueron:

El enmarcamiento que caracterizó el discurso de los candidatos Hugo Chávez Frías y Henrique Salas Römer en los programas de opinión Primer Plano, La Silla Caliente y La Entrevista, fue del tipo estratégico, pues más que centrarse en los aspectos sustanciales de los asuntos públicos, el debate electoral giró en torno a los ataques frontales entre candidatos y a la figuración de estos en los sondeos de opinión. [...] El enmarcamiento



estratégico se ha convertido en el más predominante en la discusión de políticas públicas y en las campañas electorales en los últimos tiempos. [...] Estos resultados podrían ilustrar la tendencia generalizada de presentar a los actores y temas políticos como parte de la política como espectáculo, dejando a un lado las funciones informativas y formativas de la comunicación. (Linares y Zavala, 1999, pp. 187-191)

El libro *Openpolítica: El discurso de los políticos italianos en la era Twitter* publicado por Stefania Spina en el 2012, sirve de antecedente y de base teórica para esta investigación, ya que la autora desarrolla un análisis de las elecciones lingüísticas que una muestra de políticos italianos llevan a cabo cuando se comunican en Twitter.

El propósito de esta investigadora del Departamento de Ciencias del Lenguaje de la Universidad para Extranjeros de Perugia, es comprobar si el uso de la red social Twitter implica un intento de renovación de las opciones lingüísticas hechas para comunicarse a través de diferentes medios de comunicación como la televisión. La metodología empleada por la italiana es el modelo de gramática sistémico funcional del lingüista Michael Halliday en 1976.

El resultado de la investigación realizada por Spina (2012) fue:

Se evidencia en modo claro que el discurso de los políticos italianos en la red social tiene características bien definidas, relacionadas con la especificidad tecnológica y social de su ecosistema, y casi siempre distinta a aquellas del discurso político televisivo. [...] Por supuesto, Twitter es una gran oportunidad para los políticos, en la perspectiva de una profunda renovación de las formas en que se comunican con los ciudadanos; la política podrá ser capaz de aprovechar esta oportunidad solo si están en condiciones de adoptar una actitud dialógica en la práctica y para comunicarse con el objetivo consciente de establecer relaciones con los demás. (pp. 191-196)

Todos los trabajos mencionados anteriormente servirán de guía y apoyo teórico-metodológico durante el desarrollo del presente estudio, además sustentarán los resultados que se obtengan.

## **2.2 Bases Teóricas**

De acuerdo con el objetivo que persigue el presente trabajo de investigación y las interrogantes planteadas en el capítulo anterior, se hace necesario comprender las áreas de estudio, teorías y metodologías relacionadas con el tema.

El proceso de análisis se aplicará a una muestra de los mensajes publicados por los candidatos Hugo Chávez Frías y Henrique Capriles Radonski, en la plataforma comunicacional Twitter durante la campaña electoral para la Presidencia de la República Bolivariana de Venezuela del año 2012, período seleccionado del 01 de julio al 04 de octubre. La propuesta de estudio busca identificar y definir las representaciones sociales utilizadas dentro del discurso político de ambos candidatos, y posteriormente compararlas.

En consecuencia, las herramientas teóricas que se examinarán para darle basamentos teóricos al análisis propuesto en este trabajo son: el discurso y sus principios básicos (texto, contexto y niveles de descripción), micro y macro-estructuras semánticas, ideología (estructuras y estrategias), discurso político, actos de habla, representación social, roles, campañas electorales y Twitter.

### 2.2.1 El discurso

El término discurso engloba una serie de características y elementos que han sido objeto de exhaustivas investigaciones que hacen necesaria una definición más completa y precisa de la palabra Adriana Bolívar en su libro *Análisis del Discurso ¿Por qué y Para Qué?* (2007), señala que el discurso puede referirse a un acto comunicativo bien sea oral o escrito, y también se ha concebido como una forma de uso del lenguaje, como un suceso de comunicación o como una interacción verbal.

Primero que nada, el discurso es interacción social porque los significados se crean, se retan, se transforman, mueren y renacen en sociedad y no en compartimientos aislados fuera de contextos. Los grupos sociales y las instituciones son vitales para el análisis del discurso. Segundo, el discurso es cognición porque las personas construyen su conocimiento del mundo y adaptan sus representaciones a los contextos en los que viven según las opciones y/o limitaciones que se les ofrezcan. Tercero, el discurso es historia porque para interpretar los significados del presente es necesario conocer la dinámica en que se crearon, saber cuáles fueron los eventos que los moldearon y qué valores culturales se involucraron. Cuatro, y sobre todo, el discurso es diálogo porque para que existan las interacciones se necesita un yo, un tú, un nosotros, y un otros. Por último, el discurso es acción porque con la palabra se construyen y transforman las realidades. (McDonnell y Bolívar 1986 y 1997 c.p. Bolívar, 2007, p. 22)

Desde la semántica, discurso es el resultado de la utilización de diversos componentes por parte del hablante. Estos son: referencial, el cual reconstruye la complejidad del referente real o imaginario; cognitivo, porque es el producto de una conceptualización; intencional, tiene un propósito por parte del emisor; lingüístico, el hablante pone en práctica todos sus conocimientos sobre el lenguaje; y contextual, porque forma parte de un evento comunicativo que se da en una situación específica.

Según el Diccionario de la Real Academia Española (2001, 22<sup>a</sup> edición), discurso es “la facultad racional con que se infieren unas cosas de otras, sacándolas, en consecuencia, de sus principios o conociéndolas por indicios y señales. Un escrito o tratado de no mucha extensión, en el que se razona sobre una materia para enseñar o persuadir”. (p. S/N)

### **2.2.1.2 Principios del análisis del discurso**

Esta disciplina supone un estudio teórico y metodológico del lenguaje y el uso del lenguaje, y se define por el objeto de análisis, específicamente discursos, textos, mensajes, el habla, el diálogo y la conversación.

La sociolingüística y la pragmática demostraron, por ejemplo, en la última década, que las diversas propiedades de lo que normalmente se consideraba un uso del lenguaje tenía también una naturaleza sistémica, que podía explicarse mediante reglas. [...] Como las oraciones, el discurso puede mostrar estructuras que tienen una naturaleza sistemática, gobernada por reglas, en tanto que – nuevamente, como las oraciones – también pueden mostrar propiedades que son en gran medida *ad hoc*, individuales y determinadas por un contexto. (Van Dijk, 1990, p. 45)

El objetivo principal del análisis del discurso según Van Dijk, es producir descripciones explícitas y sistemáticas de unidades del uso del lenguaje. Dichas descripciones tienen dos dimensiones principales, a las que denomina textual y contextual.

### 2.2.1.2.1 Texto

Según el lingüista inglés Michael Halliday en *Introducción a la gramática funcional* (2004), al hablar o escribir las personas producen texto. Halliday señala que “el término ‘texto’ se refiere a cualquier instancia de la lengua, en cualquier medio, que tenga sentido para alguien que sabe el idioma”. (p. S/N)

Halliday en *Lenguaje, contexto y texto: aspectos del lenguaje en la perspectiva de la semiótica-social* (1989), explica que el texto puede tener cuatro acepciones: el texto como significado, entendido funcionalmente como lenguaje que forma parte de un contexto a diferencia de palabras o frases aisladas; el texto como unidad semántica, donde el significado debe codificarse en palabras y unidades con el fin de comunicar algo por sí mismo; el texto como producto y como proceso, porque puede ser estudiado, tiene una cierta construcción que se puede representar en términos sistemáticos y es un proceso en el sentido de la elección semántica continua; y finalmente el texto como intercambio social, ya que es un proceso interactivo, una forma de intercambio y de dialogo entre los hablantes.

Otra definición viene dada por Irma Chumaceiro en su libro *Estudio lingüístico del texto literario: análisis de cinco relatos venezolanos* (2005), quien plantea:

El texto es una unidad verbal que constituye un todo en cuanto a su significación, que cumple una función de comunicación intencionada y perceptible, que posee una delimitación contextual (en su más amplio

sentido: situacional, interactivo o social y cognitivo) y que, además, puede dar lugar a una serie de relaciones contextuales e intertextuales. (p. S/N)

En este sentido, Chumaceiro agrega que hay tres características básicas en relación al texto: primero, hace referencia a la manifestación verbal intencional; segundo, a la unidad de sentido; y tercero, a la delimitación contextual.

Las mencionadas definiciones y características dan al texto un sentido complejo, ya que está compuesto por diversas estructuras que le dan coherencia y significación, además de que la producción de un texto se basa en interactuar con otro en circunstancias específicas y con un objetivo determinado. En consecuencia, el texto constituye un acto comunicativo donde el interlocutor entabla una relación directa con el texto mismo.

#### **2.2.1.2.2 Contexto**

La catedrática en lingüística general, María Escandell, en su libro *Introducción a la pragmática* (1999), identifica al contexto como uno de los elementos claves en el desarrollo del acto comunicativo, que está representado por la idea situacional del espacio temporal.

En este orden de ideas, Van Dijk (1990) señala que el contexto es el resultado de la relación directa entre el lenguaje y la realidad, ya que está vinculado con el texto. Si se estudian ambos conceptos por separados, el texto pierde su sentido fundamental

y las emisiones verbales generadas por los interlocutores se tornarían ambiguas afectando la comunicación y la interacción misma. Por consiguiente, el contexto está encargado de ubicar el texto en el universo de ideas y es un elemento constitutivo del acto de expresión verbal por parte de los interlocutores implicados en el proceso.

Halliday y Hasan en su libro *Lenguaje, Contexto y Texto: Aspecto del lenguaje en la perspectiva de la semiótica social* (1989), indican que la relación texto-contexto depende de un interlocutor que posee una red semántica de ideas, pensamientos y perspectivas, producto de las experiencias pasadas y de sus prácticas lingüísticas, así como de los contextos sociales en los cuales el individuo se ve involucrado y obtenido por la interacción con el mundo físico que lo rodea. En palabras de Chumaceiro (2005), la idea de contexto está ligada a la cognición, la percepción que las personas tienen del mundo tácito que los encierra.

Bolívar (2007) afirma que el contexto es una categoría de alto nivel, una vez que se reconoce que los significados se construyen en la interacción social. Además diferencia entre el contexto global, el cual sirve para ubicarse en la dimensión histórica y cultural (los géneros discursivos); y el contexto de situación, que se enfoca en eventos particulares de distinta duración (registros y texto):

Las categorías esenciales del contexto a saber son:

- A. los rasgos relevantes de los participantes: personas y personalidades
- 1. la acción verbal de los participantes
- 2. las acciones no verbales de los participantes

- B. los objetos relevantes
- C. los efectos de la acción verbal. Firth (1951 c.p. Bolívar, 2007, p. 43)

Estas categorías permiten describir los eventos y sus efectos, que pueden ser verbales y no verbales. De acuerdo con Bolívar, en la interacción se combina lo verbal con lo no-verbal, donde el primero se materializa en textos verbales; y el segundo se manifiesta de diversas maneras, ya sea en movimientos, ruidos o acciones materiales concretas (ejemplo: manifestaciones, protestas, barricadas, entre otros).

Todo esto apunta a que “una explicación empírica completa del discurso debe incluir una descripción de los procesos cognitivos de la producción del discurso y el entendimiento, y de las interacciones sociales en las situaciones socioculturales” (Van Dijk, 1990, p. 52)

#### **2.2.1.2.3 De las micro a las macroestructuras**

En la teoría del lenguaje se describen tres componentes principales y sus interrelaciones que son: las formas de la oración, los significados y los actos de habla.

Sin embargo:

Existen otros aspectos del discurso que no pueden definirse simplemente en términos de la sintaxis, la semántica o la pragmática, tal como se aplican principalmente a las oraciones aisladas. Es decir, parece que operamos solamente sobre lo que puede denominarse un micronivel de la descripción: sonidos, palabras, modelos de oración y sus significados (Van Dijk, 1990, p. 48)



Tomando en cuenta estas consideraciones, Van Dijk plantea la necesidad de la descripción de un nivel más comprensivo, global; es decir, de la totalidad de las partes del discurso, o de los discursos completos a los que llamó macroestructuras.

Entonces:

[..] los discursos poseen un tema o un asunto y que su aspecto semántico no puede explicarse simplemente en términos de la semántica de oraciones aisladas. Así, necesitamos de un cierto tipo de macrosemántica, que considere estos significados globales con el fin de permitirnos describir los significados de párrafos, apartados o capítulos completos del discurso escrito. De modo similar, necesitamos también cierto tipo de microsintaxis para caracterizar las formas globales de un discurso, a las cuales llamamos esquemas o superestructuras. [...] De manera similar, una descripción pragmática puede poseer un macrocomponente de esta clase, que justifica secuencias más largas de actos de habla o de actos globales o de macrolenguaje representados por una aserción textual total. (Van Dijk, 1990, p. 48)

A partir de este planteamiento se puede decir que la macroestructura semántica se expresa mediante un resumen y que define lo que subjetivamente es la información más importante, la sustancia, el objetivo final del texto.

Al igual que los microniveles (locales), los macroniveles (globales) tienen forma, significado/referencia y la acción. Además, ambos se encuentran sistemáticamente relacionados, por lo que los significados de partes completas de textos o textos enteros proceden de los significados locales de las palabras y las oraciones. Esto constituye un principio fundamental de la semántica.

#### **2.2.1.2.4 Estilo**

Otra dimensión y propiedad necesaria de la descripción del discurso en el contexto es el estilo. Esta categoría se sitúa en los límites de la lingüística, aun cuando presuponga estructuras lingüísticas del discurso y atraviesa diferentes niveles. Van Dijk, en su libro *La Noticia como discurso* (1990) define:

El estilo es el resultado de las elecciones que el hablante realiza entre las variaciones opcionales de las formas del discurso que pueden utilizarse para expresar más o menos el mismo significado (o denotar el mismo referente). [...] Podemos también variar nuestra pronunciación, y esto puede producir en la conversación un estilo fonológico específico. Y, finalmente, más o menos el mismo significado puede expresarse en oraciones que tengan diferentes estructuras sintácticas. (p. 49)

Todo esto indica que la variación del estilo no es una elección libre o arbitraria, sino más bien una elección que indica el rol del contexto. Tal y como la indica Van Dijk, el estilo “puede referirse a factores personales o sociales del contexto de la comunicación, como la impaciencia de dos hablantes o la familiaridad entre el hablante y el oyente” (p. 49).

#### **2.2.1.2.5 Retórica**

La retórica clásica como la moderna estudian la dimensión persuasiva del uso del lenguaje, y más aun, explican las propiedades del discurso que pueden hacer más

persuasiva la comunicación. Las estructuras retóricas de discurso se basan en las estructuras gramaticales, aunque no son en sí mismas lingüísticas o gramaticales.

Para los efectos del análisis del discurso, esta dimensión estudia tanto la formulación como el contexto. Van Dijk (1990), en este aspecto señala:

Advirtamos que la retórica se entiende a menudo, en un sentido amplio, como la disciplina que estudia todos los aspectos del habla o la escritura persuasivos. En este sentido, llega a identificarse con, al menos, una gran parte del análisis del discurso. Aquí nos referimos a la retórica en un sentido en cierto modo más restringido, es decir, como el subcomponente teórico del análisis del discurso que explica muy específicamente solo las estructuras retóricas. Como la sintaxis, la semántica o la pragmática, una retórica de este tipo tiene así mismo una dimensión empírica, la que estudia los aspectos sociopsicológicos de la persuasión basados en el uso de estructuras retóricas específicas. (p. 50)

### **2.2.1.3 Niveles del discurso**

Luego de describir los principios básicos del análisis del discurso, se hace necesario explicar, de forma simple y concreta, los niveles que abarca un análisis del discurso de acuerdo con los estudios realizados por los diferentes teóricos en el área, principalmente el lingüista Teun Van Dijk.

#### **2.2.1.3.1 Nivel gramatical**

Los supuestos teóricos de Teun Van Dijk, Ferdinand Saussure y Noam Chomsky, establecen dentro del nivel gramatical del discurso el estudio de las descripciones

morfológicas, fonético-fonológicas y sintácticas del texto, tanto en sus microestructuras como en sus macroestructuras.

La fonología y la fonética coinciden en su objeto de estudio, ya que ambas se encargan de los elementos fónicos del lenguaje. Sin embargo, se diferencian en que la primera se ocupa de la forma, mientras que la segunda se enfoca en la percepción de los sonidos del lenguaje y en todas las propiedades físicas involucradas en el proceso. Saussure (1991) explica que los fonólogos describen el modo en que los sonidos funcionan, y los fonéticos estudian la naturaleza acústica y fisiológica de los sonidos.

En la Lingüística, la morfología no es la única que designa el estudio de las formas en general, porque también la sintaxis se ocupa de los elementos formales. Es por ello, que la morfología le ocupará un subconjunto de esas relaciones, específicamente las que se dan dentro de la palabra, en unidades menores a ellas. En cambio, le corresponde a la sintaxis establecer las conexiones lexicales, ya que una oración o una secuencia de las mismas se hace ininteligible cuando el saber nato del hablante registra las conexiones que vienen establecidas entre sus constituyentes.

#### **2.2.1.3.2 Nivel semántico**

Para Van Dijk (1990, p. 46) la semántica “se ocupa de los significados de las palabras, las oraciones y el discurso. Formula las reglas que asignan interpretaciones

a las unidades y que combinan interpretaciones de unidades dentro de unidades mayores”.

En este sentido, la semántica no sólo se encarga de los significados sino también de interpretar los referentes para ofrecer una explicación integradora del discurso. Las reglas propuestas por el autor nacen de la aprehensión del signo por medio de la relación significado – significante. Saussure, en su obra *Curso de lingüística general* (1991), explica que:

[...] de un lado, el concepto se nos aparece como la contraparte de la imagen auditiva en el interior del signo, y, de otro, el signo mismo; es decir la relación que une a esos dos elementos es también, y de igual modo, la contraparte de los otros signos de la lengua. (p. 188)

Esto quiere decir que el significante es la palabra o imagen sonora y el significado es el concepto o idea que refiere el significante, la combinación de ambos forman la estructura del signo. Además, Saussure propone la existencia de dos dimensiones: la dimensión vertical o de significación, donde un signo va a depender de otro para transmitir un mensaje, y la dimensión horizontal donde ambas estructuras son interdependientes entre sí. Estas dimensiones se sirven una a de otra para poder transmitir un mensaje.

### **2.2.1.3.3 Nivel pragmático**

Van Dijk, en su obra *La Noticia como Discurso* (1990) cita a John Searle, profesor de filosofía de la Universidad de California, quien explica que “en este nivel no solamente se describirán las formas o el significado de las aserciones verbales, sino más bien el acto social que cumplimos al utilizar una aserción determinada en una situación específica”. Es decir, este nivel estudia los factores extralingüísticos que constituyen el uso del lenguaje, entre los que se encuentran los prototipos de actos de habla existentes en una comunidad o cultura dada, y se establece la relación directa o las reglas de juego que determinan en qué condiciones estos actos comunicativos son apropiados tomando en cuenta el contexto en el cual son producidos.

La relación que existe entre el creador del mensaje y su contexto denota la intención del mismo en la interacción verbal con el otro. De igual manera, el otro (destinatario) también forma parte de este análisis al verse involucrado en el hecho comunicativo. Por esta razón, resulta idóneo tratar los actos de habla puesto que son la raíz de análisis de este eje discursivo.

### **2.2.1.4 Actos de habla**

El filósofo británico, John L. Austin en su libro *Cómo hacer cosas con palabras: palabras y acciones* (1962, p. 67) señala que “ciertas expresiones lingüísticas poseen la capacidad de realizar actos comunicativos, para culminar en una teoría general de

las acciones comunicativas, es decir, los actos de habla”. Por tanto, estos actos de habla son unidades básicas de la comunicación humana.

Asimismo, Austin observó que la emisión de determinadas expresiones, como “te advierto” o “yo te limpio”, no pueden ser verificadas como verdaderas o falsas, puesto que no tienen por propósito realizar afirmaciones sino realizar o ejecutar una acción dentro del lenguaje. Dicho autor los denominó “realizativos”, para así distinguirlos de todos los otros enunciados del lenguaje. En este sentido, para poder cumplir su función “realizativa” estas frases deben satisfacer ciertas condiciones, llamadas condiciones de felicidad. Para ello, las intenciones del o los hablantes a la hora de emitir su enunciado deben ser correctas.

Al respecto, la realización de actos comunicativos no se limita a un subgrupo dado de enunciados. Cualquier enunciado realiza, simultáneamente, tres tipos de actos de habla que son:

- Acto locutivo: es la formulación de una oración con sentido y referencia concreta. Este acto es lo dicho, que típicamente contiene una expresión referencial.
- Acto ilocutivo: no es más que la realización de una función comunicativa, como afirmar, preguntar, expresar, entre otros. Este acto es lo que el hablante hace al emitir una expresión lingüística.

- Acto perlocutivo: es el efecto de la acción sobre el receptor, este se consigue por decir algo, se reducen a la producción intencional de efectos.

En continuación con la vertiente teórica desarrollada por Austin, el filósofo estadounidense y especialista del lenguaje John Searle, en su obra *Actos del Habla* (1986), centra su atención en el fenómeno de los actos de habla indirectos y desarrolla una teoría de los mismos, donde se plantea que aunque en apariencia el número de actos ilocutivos es infinito, en realidad es posible agruparlos en cinco grandes tipos:

- Asertivos: es un enunciado que describe un estado de cosas (“El sol sale por el Este”), mediante una aserción, conclusión, entre otros. Los actos asertivos comprometen al hablante a la verdad de la proposición expresada.
- Directivos: es un enunciado utilizado para hacer que el oyente haga algo, mediante actos como ordenar, pedir, preguntar.
- Compromisivos: son enunciados que comprometen al oyente a hacer algo, como las promesas, los votos y los juramentos de lealtad.
- Expresivos: entre estos actos se encuentran los utilizados para expresar el estado psicológico del hablante, como agradecer, felicitar, pedir disculpas y expresar condolencias.
- Declarativos: es un enunciado que produce una modificación en ciertos estados de cosas, como es el caso de bautizar, despedir un empleado, entre otros.



En este mismo orden de ideas, Searle (1986) señala: “todo lo que se quiera expresar se puede decir”. (p. S/N) Por consiguiente, para que un acto de habla tenga éxito debe cumplir con sus condiciones contextuales específicas. Estas condiciones son constitutivas de las diferentes fuerzas elocutivas realizables y sus realizaciones varían según el tipo de acto de habla.

Al aplicar esta teoría al análisis del discurso, deben identificarse las fuerzas ilocutivas que le dan intencionalidad a un indicador proposicional en el marco de un contexto específico.

En ese sentido, los actos de habla constituyen intenciones del locutor para lograr algún tipo de respuesta en su audiencia. Para los efectos de este trabajo es importante visualizar según la perspectiva de Austin y Searle las acciones que se derivan de los actos de habla de los locutores, para luego interpretar su significado en el contexto social según la Lingüística Sistémica Funcional de Halliday.

#### **2.2.1.5 Lingüística Sistémica Funcional**

Michael Halliday es el padre de la teoría de la Lingüística Sistémica Funcional (LSF). Culminando los años 50 y principios de los 60, este autor sostuvo que el lenguaje es un recurso para construir e interpretar significados en contextos sociales. Enmarcada en una perspectiva socio-semiótica, la LSF busca comprender la naturaleza y funciones de lenguaje, y así comprender la cualidad de los textos; es

decir, el significado y la valoración que tiene el texto y la relación entre el lenguaje y la cultura de un individuo.

Para Halliday (1985), la semiótica debe ser entendida como “el estudio general de los sistemas de signos; en otras palabras, como el estudio del significado en su sentido más general”. (c.p. Ghio y Fernández 2005, p. 11) Dichos signos tienen que ser entendidos no como conjuntos de cosas aisladas sino como redes de relaciones. Por lo tanto, concebir al lenguaje como semiótica implica que debe entenderse como un modo (entre otros) de construir significados motivados social y culturalmente.

En segundo lugar, la perspectiva social en la LSF se emplea para significar dos cosas simultáneamente. Por un lado, social en el sentido de sistema social asociado a la cultura; y por el otro, una interpretación más específica para indicar las relaciones entre el lenguaje y la estructura social, considerando a esta última como una aspecto del sistema social.

La cultura se interpreta así como un edificio de significados (Halliday, 1978 c.p. Ghio y Fernández, 2005, p. 12) y el lenguaje como uno de los sistemas semióticos que la constituyen, cuya particularidad e importancia residen en que sirve de sistema de codificación para todos los demás. Halliday sostiene que su orientación considera al lenguaje como un fenómeno fundamentalmente social, opuesto a la concepción individual propuesta por Saussure en 1960. Esta distinción se plantea en términos de dos perspectivas para el estudio del lenguaje.

La primera, intra-organismos, se refiere a su naturaleza biológica, específicamente como la capacidad, la estructura y el mecanismo interno del cerebro humano. Esta perspectiva implica enfocar el lenguaje como *conocimiento*, y es característica de los estudios psicolingüísticos. La segunda, inter-organismos, se refiere al comportamiento del individuo en un entorno social y sus interacciones con otros. Ella implica estudiar el lenguaje como comportamiento con otros (es decir, como interacción social), y es característica de la sociolingüística. (Ghio y Fernández, 2005, p. 13)

En este sentido, ambas orientaciones se complementan. No obstante, no podemos ignorar que la lengua siempre se usa y se comprende en un contexto. Halliday enfoca el estudio de lenguaje en los inter-organismos, es decir, lo social, lo que equivale a adoptar un criterio funcional.

La concepción funcional de la teoría parte de la organización “metafuncional” del lenguaje, la cual:

[...] postula el aspecto social como parte inherente al sistema lingüístico, y que éste no se puede limitar a enumerar sus usos; debe mostrar cual es la relación dialéctica que se establece entre esos usos sociales y el sistema. Para ello debe darse un alcance más amplio a la noción de ‘función’ y se propone el término ‘metafunción’. (Ghio y Fernández, 2005, p. 15)

Según Halliday (c.p. Ghio y Fernández, 2005, p. 16) las metafunciones son: interactuar con otros, representar e interpretar la experiencia del mundo (interno y

externo) y organizar y construir textos significativos en los contextos en que se emplean. También señala que algunas de las metafunciones generales o básicas del lenguaje son:

1. Función ideativa experiencial: interpretar y representar nuestra experiencia, reduciendo la infinita variedad de los fenómenos del mundo físico y los de nuestro mundo interno o mental (procesos de conciencia).
2. Función ideativa lógica: expresar algunas relaciones lógicas elementales como: conjunción, disyunción, causalidad, condición, etcétera.
3. Función interpersonal: expresar nuestra participación en la situación comunicativa en la que estamos involucrados: los roles que asumimos e imponemos o adjudicamos a los demás
4. Función textual: el lenguaje ofrece los recursos para que el hablante pueda realizar esas funciones en un texto organizado y cohesivo, un discurso pertinente a la situación comunicativa, es decir, un texto coherente. (Ghio y Fernández, 2005, p. 16)

La organización funcional de la semántica simboliza la estructura de la interacción humana y las metafunciones son abstracciones basadas en un análisis de la situación social dentro de la cual se inserta el lenguaje, lo que técnicamente se denomina el contexto de situación.

#### **2.2.1.5.1 Perspectiva sistémica de la teoría**

Halliday establece en esta perspectiva dos nociones: sistema, que es la representación teórica de la red de paradigmas disponibles; y estructura, compuesta por la configuración de las opciones concretas que se realizan en las relaciones sintagmáticas. Esto implica:

- a) Un conjunto de posibilidades, entre las cuales el hablante debe elegir una.
- b) Que esa elección se realiza en relación con las condiciones que la favorecen [lo que se dijo antes, lo que se va a decir (el co-texto) y la situación comunicativa (el contexto)].
- c) Que la red de opciones es de final abierto. (Ghio y Fernández, 2005, p. 18)

El hablante de una lengua, como persona comprometida en cualquier tipo de comportamiento culturalmente determinado, lleva a cabo, simultánea y sucesivamente, una serie de elecciones distintas. Y en cualquier momento, en el contexto de las elecciones realizadas hasta ese momento, se favorece un cierto orden de futuras elecciones.

#### **2.2.1.5.2 Organización estratificada del lenguaje**

Considerando en relación con el orden social, el lenguaje es un recurso, una red de (sub) sistemas de opciones para la construcción/interpretación de significados, un sistema complejo que posee la propiedad formal de estar estratificado en niveles, estratos o (sub) sistemas funcionales que tienen entre sí una relación jerárquica y constitutiva.

La descripción lingüística comprende así cuatro estratos, vinculados entre sí por una relación lógica de realización, es decir, de construcción/activación.

- 1) Contexto- categorías de la situación social
- 2) Semántica – sistemas de significado

3) Léxico-gramática – sistemas de expresión

4) Fonología – sistemas de sonido

La estructura del lenguaje está directamente relacionada con sus funciones. El texto es una unidad que pertenece a la semántica, que se manifiesta por medio del texto, pero que se estructura por medio de recursos léxico-gramaticales que a su vez se articulan con fonemas:

El análisis del discurso debe fundarse en un estudio del sistema de la lengua. Al mismo tiempo, la principal razón para estudiar el sistema es que permite echar luz sobre el discurso – lo que las personas dicen y escriben y escuchan y leen -. Tanto el texto como el sistema deben estar en nuestro foco de atención. De otro modo, no será posible comparar un texto con otro, o con lo que pudo haber sido pero no es. Y quizás lo más importante, sólo partiendo del sistema podremos ver al texto como un proceso. (Halliday, 1985 c.p. Ghio y Fernández 2005, p. 20)

En el modelo propuesto, Halliday destaca la importancia de la gramática para el análisis de los textos. La lengua se concibe como un sistema de estratos, que se ilustran como capas sucesivas inclusivas, a saber: la fonología/grafología, la léxico-gramática, la semántica, el contexto de situación, el contexto de cultura y por último, como capa mayor, la ideología. Cada estrato es una red de sistemas en el que operan las funciones semánticas fundamentales: la experiencial, la interpersonal y la textual. El corazón de la gramática es el sistema de transitividad, que es el recurso para la interpretación y representación de la experiencia en forma de configuraciones de procesos, participantes y circunstancias.

### 2.2.1.6 Ideología y análisis del discurso

Partiendo de las premisas de Halliday en su teoría de la Lingüística Sistémica Funcional, el significado socio-cultural que se reúne en los textos intenta demostrar que la ideología subyace más allá de la lingüística. Según este autor, las elecciones lingüísticas y funcionales del individuo son resultados de circunstancias sociales y su influencia en la percepción de otras personas.

Por su parte, Teun Van Dijk en su trabajo *Política e Ideología* (2005), señala que las ideologías son representaciones sociales que conforman un sistema de creencias compartidas que dan cuenta de la identidad social de un grupo de personas. En ese sentido, Van Dijk explica las funciones cognoscitivas y sociales que cumplen las ideologías:

[...] organizan y fundamentan las representaciones sociales compartidas por los miembros de los grupos (ideológicos). [...] son en última instancia, la base de los discursos y otras prácticas sociales de los miembros de los grupos sociales como *miembros de grupo*. [...] permiten a los miembros organizar y coordinar sus acciones (conjuntas) y sus interacciones con miras a las metas e intereses del grupo en su conjunto. [...] funcionan como parte de la interfaz sociocognitiva entre las estructuras sociales de grupos por un lado, y sus discursos y otras prácticas sociales por el otro. (pp. 17-18)

Todas esas funciones le permiten establecer unas relaciones de poder, donde legitiman la dominación o explican la resistencia a ella. Para Van Dijk, el análisis del discurso ideológico no sólo busca descubrir las ideologías subyacentes, sino más bien

articular sistemáticamente las estructuras del discurso con las estructuras de las ideologías.

La semántica ideológica subyacente se pone de relieve siguiendo una pauta estratégica muy clara y general, la cual selecciona el léxico para describir en términos positivos a los grupos a los que pertenecemos (*ingroups*) y sus miembros, así como a sus amigos, aliados o seguidores; mientras que a los grupos ajenos (*outgroups*), los enemigos u oponentes se les describe en términos negativos. “Las representaciones mentales de estos grupos, en términos de esquemas de actitudes e ideologías subyacentes, conllevan conceptos evaluativos globales que influyen también en la selección léxica”. (Van Dijk, 1996, p. 26)

En este sentido, el autor propone una “lista incompleta” de estructuras del discurso que se usan para describir juicios positivos y negativos acerca de los grupos, los cuales se aplican en diferentes niveles y dimensiones del texto y el habla:

**Grupo de pertenencia (*ingroups*):** énfasis – aserción – hipérbole - topicalización: oracional (micro), textual (macro) - alto, posición prominente - poner en encabezado, resumir - descripción detallada - atribución a la personalidad – explícito – directo - ilustración narrativa - soporte argumentativo - control sobre la imagen.

**Grupos ajenos (*outgroups*):** sin énfasis – denegación – subestimación - de-topicalización - bajo, posición no prominente – marginación - vaguedad, descripción general- atribución al contexto – implícito – indirecto - sin narración - sin soporte argumentativo - sin control sobre la imagen. (Van Dijk, 1996, p. 26)



Esta lista evidencia que el discurso y el lenguaje tienen un amplio rango de posibilidades para acentuar y desdibujar la información, y por lo tanto las opiniones ideológicamente controladas de los ingroups y los outgroups. Entonces, Van Dijk (1996) considera que los significados del discurso bajo la influencia de tales ideologías contendrán específicamente aquella información que responde a las siguientes preguntas:

- ¿Quiénes somos nosotros? ¿Quiénes (no) pertenecen a nosotros? – ¿Qué hacemos nosotros? ¿Cuáles son nuestras actividades? ¿Qué se espera de nosotros?
- ¿Cuáles son las metas de estas actividades?
- ¿Qué normas y valores respetamos en tales actividades?
- ¿Con qué grupos estamos relacionados: quiénes son nuestros amigos y quiénes nuestros enemigos?
- ¿Cuáles son los recursos a los que típicamente tenemos o no acceso (privilegiado)? (p.28)

Van Dijk afirma que las estructuras del discurso tienen siempre la doble función de poner en juego o "ejecutar" ideologías subyacentes por una parte, pero por la otra pueden funcionar como medios de persuasión más o menos poderosos, es decir, como medios estratégicos para influir, de forma indirecta, en modelos mentales preferentes y actitudes e ideologías favorecidas. Es así que la formación, cambio y confrontación de las ideologías es también una función de la estructura del discurso.

### 2.2.1.7 El discurso político

En el libro *Openpolítica: El discurso de los políticos italianos en la era del Twitter*, Stefania Spina (2012) explica que todos los comportamientos relacionados a la política son prevalentemente actividad lingüística, ya sea a nivel micro o macro. Actividades intrínsecamente políticas como un debate, el texto de una ley o una entrevista televisiva, son discurso.

La autora agrega que en la dicotomía de los hechos/palabras, el objetivo final de la acción política es sin duda alguna el hecho; sin embargo, la política también se hace con palabras. El lenguaje es el instrumento usado por los políticos para responder las preguntas y demandas de los electores, para defenderse de las acusaciones y para consolidar o buscar la aceptación entre los votantes, además de ser la herramienta con la que interactúan entre ellos.

Spina (2012) plantea una interrogante en el texto; “¿Cuál es el rol preciso del lenguaje en la actividad política?”, a la que responde parafraseando palabras de Chilton (2004): el discurso político puede ser direccionado a tres funciones diferentes que logran hacerlo distinto a otros tipos de comunicación, que son la representación, la legitimación y la interacción.

En primer lugar el discurso político representa la realidad de situaciones concretas que existen en el mundo externo. [...] el lenguaje es usado por los políticos para legitimarse a sí mismos como políticos, es decir como una

figura de autoridad, en grado de lograr las tareas que se le asignan. [...] finalmente el discurso político es usado por interactuar con los interlocutores en situaciones comunicativas extremadamente diferenciadas, desde un punto de vista conversacional [...] tales interacciones funcionan a menudo de manera diferente a las interacciones cotidianas que se desarrollan fuera del dominio de la política. (Spina 2012, pp. 16-17)

A través de la representación, la legitimación y la interacción el discurso político tiene como principal objetivo crear o reforzar el consenso existente. Spina (2012) expone que mientras se logre crear consenso, el individuo es más eficaz y capaz de consolidar la adhesión a un movimiento político. Cuando esto se logra, se puede afirmar que las elecciones lingüísticas del movimiento/individuo fueron las correctas. En consecuencia, la creación de consenso se relaciona directamente con la capacidad de persuasión.

El discurso político debe ser capaz de alcanzar el *logos*, la racionalidad y capacidad lógica del destinatario: el mensaje debe ser claro, comprensible y bien argumentado, además debe ser percibido como verdadero. También debe llegar al *pathos*, la emotividad: el mensaje debe tocar las emociones del receptor, de esta manera es más fácil que se llegue a persuadir y el mensaje sea recordado. Finalmente, las estructuras y estrategias discursivas deben permitir la expresión, promulgación, reproducción y adquisición de las ideologías del actor político. Estas ideologías como creencias van a subyacer en las representaciones sociales compartidas por tipos específicos de grupos sociales.

### ***2.2.2 Representaciones Sociales***

Durante la construcción de la realidad social, existe una relación entre los actos de habla y el concepto de las representaciones sociales para el análisis del discurso. El psicólogo social francés, Serge Moscovici, es quien presenta inicialmente el concepto de representación social en su libro *El Psicoanálisis: su imagen y su público* (1979).

Moscovici desarrolla el estudio de las representaciones sociales a partir de la noción de representaciones colectivas propuesta por Émile Durkheim. Este sociólogo estableció las diferencias entre las representaciones individuales y las representaciones colectivas, explicando que lo colectivo no podía ser reducido a lo individual; es decir, la conciencia colectiva trasciende a los individuos como una fuerza coactiva y puede ser visualizada en creencias y productos culturales colectivos.

Martín Mora, en su trabajo *La Teoría de las Representaciones Sociales de Serge Moscovici* (2002), cita a Ignacio Matín-Baró en *Acción e ideología* (1985), quien señala acerca de las representaciones colectivas:

Una sociedad mantiene su unidad debido a la existencia de una conciencia colectiva. La conciencia colectiva consiste en un saber normativo, común a los miembros de una sociedad e irreductible a la conciencia de los individuos, ya que constituye un hecho social. (p. 6)

En esa dirección, Durkheim establece que las representaciones colectivas son “realidades que sostienen con su sustrato íntimas relaciones y cuya autonomía no

puede ser sino relativa” (c.p. Piñero, 2008, p. 4). El autor agrega que el sustrato de estas representaciones colectivas son un “conjunto de los individuos asociados”, por lo que:

Las representaciones colectivas se producen por el intercambio de acciones que realizan los individuos como colectividad, en el seno de la vida social y constituyen, por lo tanto, hechos sociales que sobrepasan y se imponen al individuo, pues las propiedades individuales, al sumarse en la colectividad pierden su especificidad y se constituyen en fenómenos eminentemente sociales. (c.p. Piñero, 2008, p. 4)

A partir de esta premisa, Durkheim la diferencia las representaciones entre la sociología y psicología: a la primera le corresponde analizar todo acerca de las representaciones colectivas, y a la segunda lo propio de las representaciones individuales. En consecuencia (1895, c.p. Piñero, 2008, p. 6) se define el campo de estudio de la psicología social como el encargado de analizar cómo las representaciones sociales se llaman y se excluyen, se fusionan o se hacen distintas unas de otras.

Desde la perspectiva propuesta por Durkheim las representaciones colectivas son sintetizadas y expresadas en forma grupal y tienen vida propia. Siendo hechos sociales, mantienen independencia de los individuos y como tales le son impuestos, lo que muestra su carácter determinista.

Aunque Durkheim no llegó a desarrollar un sistema teórico sobre la noción de las representaciones colectivas, sentó fundamentos para qué, décadas más tarde,

Moscovici lograra sustentar un modelo conceptual y metodológico sobre el estudio de las representaciones sociales.

Con relación a las representaciones sociales, Moscovici realiza las siguientes consideraciones:

La representación social es una modalidad particular del conocimiento, cuya función es la elaboración de los comportamientos y la comunicación entre individuos. La representación es un corpus organizado de conocimientos y una de las actividades psíquicas gracias a las cuales los hombres hacen inteligible la realidad física y social, se integran en un grupo o una relación cotidiana de intercambios, liberan los poderes de su imaginación. (Moscovici, 1979, pp. 17-18)

Martín Mora aclara que la representación social es el conocimiento de sentido común que tiene como objetivos comunicar, estar al día y sentirse dentro del ambiente social, y que se origina en el intercambio de comunicaciones del grupo social. “Al tener representación social dos caras – la figurativa y la simbólica – es posible atribuir a toda figura un sentido y a todo sentido una figura”. (2002, p. 7)

Respecto a este planteamiento, Jodelet (1984, p. 474) comenta que el campo de la representación designa al saber de sentido común, cuyos contenidos hacen manifiesta la operación de ciertos procesos generativos y funcionales con carácter social. Por lo tanto, se hace alusión a una forma de pensamiento social.

En ese sentido, Martín Mora cita al Doctor en Psicología de la Universidad de Londres, Robert Farr, quien señala que “aparecen las representaciones sociales cuando los individuos debaten temas de interés mutuo o cuando existe el eco de los acontecimientos seleccionados como significativos o dignos de interés por quienes tienen el control de los medios de comunicación”. (2002, p 7) También agrega que las representaciones sociales tienen una doble función: “hacer que lo extraño resulte familiar y lo invisible perceptible”. (p.7)

Farr, en su trabajo *Escuelas europeas de Psicología social: la investigación de representaciones sociales en Francia* (1983), parafrasea a Moscovici y da una definición concreta:

Sistemas cognoscitivos con una lógica o lenguaje propios. No representan simplemente opiniones acerca de, “imágenes de”, o “actitudes hacia” sino “teoría o ramas del conocimiento” con derechos propios al descubrimiento y la organización de la realidad. Sistemas de valores, ideas y prácticas con una función doble: primero, establecer un orden que permita a los individuos orientarse en su mundo material y social y dominarlo; segundo, posibilitar la comunicación entre los miembros de una comunidad proporcionándoles un código para el intercambio social y un código para nombrar y clasificar sin ambigüedades los diversos aspectos del mundo y de su historia individual y grupal. (p. 655)

El chileno y catedrático en psicología social, Darío Páez, citado en el trabajo de Martín Mora, ofrece una caracterización de las representaciones sociales en un esquema sintético que habla de las funciones que cumplen como forma de pensamiento natural. Cuatro son las características esenciales:

- 1) Privilegiar, seleccionar y retener algunos hechos relevantes del discurso ideológico concernientes a la relación sujeto en interacción, o sea descontextualizar algunos rasgos de este discurso.
- 2) Descomponer este conjunto de rasgos en categorías simples naturalizando y objetivando los conceptos del discurso ideológico referente al sujeto en grupo.
- 3) Construir un “mini-modelo” o teoría implícita, explicativa y evaluativa del entorno a partir del discurso ideológico que impregna al sujeto.
- 4) El proceso reconstruye y reproduce la realidad otorgándole un sentido y procura una guía operacional para la vida social, para la resolución de los problemas y conflictos. (2002, p. 8)

Una vez conceptualizadas y caracterizadas las representaciones sociales, Moscovici infiere con base en sus investigaciones que éstas emergen determinadas por las condiciones en que son pensadas y constituidas. En consecuencia, se establecen tres condiciones de emergencia. La primera condición es *dispersión de la información* (1979): la información que se tiene nunca es suficiente y por lo regular está desorganizada:

La multiplicidad y desigualdad cualitativa entre las fuentes de información con relación a la cantidad de campos de interés que un individuo debe aprehender para comunicar o comportarse, vuelven precarios los vínculos entre los juicios y, por ende, compleja la tarea de buscar todas las informaciones y relacionarlas. (Moscovici, 1979, p. 177)

En esta noción se puede interpretar que en las representaciones sociales hay desniveles en cantidad y calidad de la información al interior de un grupo, y parcialidad y desfase en relación con lo requerido para construir el fundamento sólido del conocimiento.



La segunda condición que propone Moscovici (1979) es la *focalización*: “una persona o colectividad se focalizan porque están implicadas en la interacción social como hechos que conmueven los juicios o las opiniones. Aparecen como fenómenos a los que se debe mirar detenidamente”. (Mora, 2002, p. 9) En otras palabras, la focalización implica atractivo social de acuerdo a los intereses particulares que se mueven dentro del individuo inscritos en los grupos de pertenencia. Por consiguiente esta condición es diversa y casi siempre excluyente.

La tercera condición es *presión a la indiferencia*: Moscovici (1979) explica sobre este punto que “en la vida corriente, las circunstancias y las relaciones sociales exigen del grupo social que sean capaces, en todo momento, de estar en situación de responder”. (c.p. Mora, 2002, p. 9) Socialmente se da una presión que reclama opiniones, posturas y acciones acerca de los hechos que están focalizados por el interés público.

Estas tres condiciones de emergencia permiten la aparición del proceso de formación de una representación social. “El común denominador de esta relación sería la traducción de la disparidad de posiciones frente a un objeto significativo en términos sociales y recuperado de un contexto dinámico, cambiante y conflictivo”. (Mora, 2002, p. 9)

Con el movimiento de tales condiciones de emergencia queda determinada la naturaleza de la organización cognoscitiva de la representación – su estructuración

como esquema cognoscitivo –, su existencia misma y el grado de estructuración. Las representaciones sociales definidas como “universos de opinión” por Moscovici, también pueden ser analizadas con fines didácticos y empíricos en tres dimensiones: la información, el campo de representación y la actitud.

Moscovici (1979) explica que la *información* es la organización o suma de conocimientos con que cuenta un grupo acerca de un acontecimiento. “Conocimientos que muestran particularidades en cuanto a cantidad y calidad de los mismos; carácter estereotipado o difundido sin soporte explícito; trivialidad u originalidad”. (Mora, 2002, p. 10) En palabras más simples, la dimensión de información se refiere a la riqueza de datos o explicaciones que sobre la realidad se forman los individuos en sus relaciones o actividades cotidianas.

En cuanto a la dimensión del *campo de representación*, “nos remite a la idea de imagen, de modelo social, al contenido concreto y limitado de las proposiciones que se refieren a un aspecto preciso del objeto de representación”. (Moscovici, 1979, c.p. Mora, 2002, p. 10) Martín Mora describe que esta dimensión expresa la organización del contenido de la representación en forma jerarquizada, variando de grupo a grupo e inclusive al interior del mismo grupo. Permite visualizar el carácter del contenido, las propiedades cualitativas o imaginativas, en un campo que integra informaciones en un nivel de organización en relación a sus fuentes inmediatas. En esta dimensión es importante tomar en cuenta los factores ideológicos en el campo de la representación,

y que éste debe analizarse en función de la totalidad del discurso y no sólo en un párrafo o frase.

Ahora bien, *la actitud* como tercera dimensión significa la orientación favorable o desfavorable respecto al objeto de la representación social. Se considera el componente más aparente, fáctico y conductual de la representación, además el más estudiado por su implicación comportamental y de motivación. Moscovici (1979) indica al respecto:

Se deduce que la actitud es la más frecuente de las tres dimensiones y, quizá, primera desde el punto de vista genérico. En consecuencia, es razonable concluir que nos informamos y nos representamos una cosa únicamente después de haber tomado posición y en función de la posición tomada. (p. 49)

El esquema teórico que construye Moscovici sobre la representación social también incluye dos procesos básicos que explican cómo lo social transforma un conocimiento en representación colectiva y cómo ésta misma modifica lo social: la objetivación y el anclaje. La objetivación constituye un proceso que va desde la selección y descontextualización de los elementos hasta formar un núcleo figurativo que se naturaliza enseguida. Es decir, “de lo abstracto como suma de elementos descontextualizados debe tomarse una imagen más o menos consistente en la que los aspectos metafóricos ayuden a identificarla con mayor nitidez”. (Mora, 2002, p. 11)

En un primer momento la concepción científica se confronta con el sistema de valores sociales resultando una elección de entre sus elementos. La naturalización

otorga a la representación social el carácter de evidencia válida: se convierte en una “teoría profana” autónoma que sirve para categorizar las personas y sus comportamientos.

Moscovici concluye con su análisis de la objetivación apuntando hacia la realización del objeto de representación en sus nexos con los valores, la ideología y los parámetros de la realidad social. La actividad discriminativa y estructurante que ocurre por medio de la objetivación, se explica precisamente por sus tintes normativos: la representación social adquiere un armazón de valores. Según Mora (2002) con el anclaje, “la representación social se liga con el marco de referencia de la colectividad y es un instrumento útil para interpretar la realidad y actuar sobre ella” (p. 12):

Designa la inserción de una ciencia en la jerarquía de los valores y entre las operaciones realizadas por la sociedad. En otros términos, a través del proceso de anclaje, la sociedad cambia el objeto social por un instrumento del cual disponer, y este objeto se coloca en una escala de preferencia en las relaciones sociales existentes. (Moscovici, 1979, p. 121 c.p. Mora, 2002, p. 12)

De esta manera, al insertarse el esquema objetivado dentro de una red de significaciones, la representación social adquiere una funcionalidad reguladora de la interacción grupal, una relación global con los demás conocimientos del universo simbólico popular. Jodelet (1984) citada por Mora (2002), explica que el “anclaje genera conclusiones rápidas sobre la conformidad y la desviación de la nueva

información con respecto al modelo existente y proporciona marcos ideológicamente constituidos para integrar la representación y sus funciones” (p. 12)

Moscovici (1979) aclara ambos procesos argumentando que “la objetivación traslada la ciencia al dominio del ser y que el anclaje la delimita en el del hacer” (c.p. Mora, 2002, p. 12); así como la objetivación presenta cómo los elementos de la ciencia se articulan en una realidad social, el anclaje hace visible la manera en que contribuyen a modelar las relaciones sociales y también cómo se expresan.

Con base en todo lo expuesto anteriormente, se puede concluir que las representaciones son resultado de las construcciones sociales a partir de estructuras dinámicas que funcionan en los sistemas de relaciones y de comportamiento que involucran a los sujetos sociales. De esta manera, permiten el conocimiento del mundo que los rodea, la creación de las experiencias propias y los procesos comunicativos, en donde los individuos interpretan diversos roles en las distintas situaciones en las que se desempeñan.

### ***2.2.3 Roles***

Dentro de la dinámica de esta investigación, cabe mencionar el rol como un elemento adicional identificable, partiendo de la premisa de que cada individuo reproduce un papel cuyo comportamiento corresponde a una serie de códigos

socialmente preestablecidos en situaciones determinadas. En consecuencia, el rol puede condicionar el discurso que profieran los sujetos de análisis de este estudio.

El sociólogo y escritor canadiense Erving Goffman parte de un paralelismo teórico entre el tema de la actuación y la presentación de la persona en la cotidianidad, y con base en este supuesto, define los roles sociales como:

[...] la promulgación de los derechos y deberes atribuidos a un status dado (...) un rol social implicará uno o más papeles, y que cada uno de estos diferentes papeles puede ser presentado por el actuante en una serie de ocasiones ante los mismos tipos de audiencia o ante una audiencia compuesta por las mismas personas. (Goffman, 1959, p. 11)

El autor continúa explicando que dentro de la actuación, la persona se manifiesta de diferentes formas:

La expresividad del individuo (y por lo tanto, su capacidad para producir impresiones) parece involucrar dos tipos radicalmente distintos de actividad significante: la expresión que da y la expresión que emana de él. El primero incluye los símbolos verbales —o sustitutos de estos— que confiesa usar y usa con el único propósito de transmitir la información que él y los otros atribuyen a estos símbolos. Esta es la comunicación en el sentido tradicional y limitado del término. El segundo comprende un amplio rango de acciones que los otros pueden tratar como sintomáticas del actor, considerando probable que hayan sido realizadas por razones ajenas a la información transmitida en esta forma. (Goffman, 1959, p. 4)

Otra consideración que hace el autor sobre los roles es que, para que un individuo alcance el éxito de la actuación, su audiencia debe creer en los atributos y en las consecuencias reales de lo que realiza. Sin embargo, el actuante puede modificar su conducta guiándose por dos estados opuestos: el cinismo, al no tener confianza en sus

actos, y además no posee ningún interés por las creencias del público; y la sinceridad, que cree completamente en lo que está representando. Las personas tienen la capacidad de reflejar una determinada actitud a través de dichos estados con el fin de alcanzar un objetivo específico. Es por ello que Goffman afirma:

(...) El significado original de la palabra persona sea máscara (...) En cierto sentido, y en la medida en que esta máscara representa el concepto que nos hemos formado nosotros mismos – el rol de acuerdo con el cual nos esforzamos por vivir –, esta máscara es nuestro «sí mismo» más verdadero, el yo que quisiéramos ser. (p. 13)

Los conceptos dictados por Goffman con relación a la actuación como forma de construcción del rol social, los convierte en elementos principales dentro de la representación social, considerando que la misma dependerá de la capacidad que tenga el individuo de cumplir con la conducta que se espera del rol que este interpretando en una determinada situación.

Tomando en cuenta las propuestas por Goffman, se hace necesario identificar los roles que cumplen los candidatos a la Presidencia de la República Bolivariana de Venezuela y si los mismos han sufrido algún cambio con la incorporación de nuevas herramientas comunicacionales, como las redes sociales, en las estrategias de propaganda política.

#### **2.2.4 Redes sociales**

El desarrollo de Internet constituyó una verdadera revolución en la sociedad moderna. Esta gran red, “que permite la interconexión descentralizada de computadoras a través de un conjunto de protocolos”, tal como la define la página web [www.definición.de](http://www.definición.de), se transformó en la herramienta más recurrida para las comunicaciones, el entretenimiento y el comercio en todo el mundo.

Tal como lo señala Gladys Roco (s/f) en su artículo *Internet y sociedad un fenómeno emergente*, la “red de redes” surgió en los Estados Unidos a finales de los años 60 como una estrategia político-militar pero que fue sobrepasada por su potencialidad para el acceso, difusión y generación de información, por lo que su desarrollo se extendió a la población en general. Roco señala que Internet se posicionó como herramienta fundamental ya que:

Confluyen una serie de elementos que ningún otro medio de comunicación había logrado en períodos precedentes, pues es Radio, Tv, Prensa, Cine, Libro, Teléfono, Correo, Lugar de encuentro –entre otros- donde sujetos interactúan a escala planetaria [...] la información está en continua producción y actualización, presente las 24 horas del día. (p. S/N)

Con el nacimiento del término web 2.0, en el año 2004 se buscó definir el uso de la World Wide Web (WWW) como canal para aumentar la creatividad, el intercambio de información y la colaboración de los usuarios. Para 2006, la WWW



llegó a los mil cien millones de usuarios y se proyecta que para el año 2015 habrá dos mil millones, señala la página web del canal de televisión Discovery Channel (2013).

Según Cobo Romaní et al. (2007, p. 7) con la creación de la web 2.0, “la red digital deja de ser una simple vidriera de contenidos multimedia para convertirse en una plataforma abierta, construida sobre una arquitectura basada en la participación de los usuarios. Alrededor de este concepto, giran una serie de términos-satélites que retroalimentan su evolución”. Ahora bien, entender este fenómeno depende de una larga lista de conceptos, entre los que se encuentran las redes sociales.

Las redes sociales son un modelo de comunicaciones pensado en la interacción social. De acuerdo al artículo *Redes sociales* (Aruguete, 2011, p. S/N), estas redes están definidas por “un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad. Un sistema abierto y en construcción permanente que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas y que se organizan para potenciar sus recursos”.

A través de las redes sociales las personas tienen la posibilidad de interactuar entre sí, aun sin conocerse, ya que el sistema es abierto y se construye con el aporte de cada suscriptor, señala el artículo *Redes Sociales en Internet* (Zamora, 2006).

Según Miguel Zapata (2010), el portal Classmates.com, creado por Randy Conrads en 1995, fue la primera red social establecida sobre estas nuevas tecnologías de la

información y de las comunicaciones. Esta red social estaba destinada al recuento de ex compañeros de clase. Sin embargo, no fue hasta los años 2001 y 2002 que surgen los primeros sitios que fomentan redes de amigos. Para el año 2003, las páginas hasta entonces conocidas como círculos de amigos se hicieron populares con el surgimiento de Friendster, Tribe y MySpace.

Su funcionamiento comienza cuando una vez montado el soporte técnico, un grupo de iniciadores invitan a amigos y conocidos a formar parte de la red social. Estos miembros nuevos pueden traer consigo muchos otros, comenzando el crecimiento geométrico de la red (Zamora, 2006).

En febrero de 2004 Mark Zuckerberg, estudiante de la Universidad de Harvard, creó Facebook, una red social originalmente dirigida para estudiantes de esa casa de estudios con la intención de facilitar las comunicaciones y el intercambio de contenidos entre ellos; posteriormente, esta red fue expandida mundialmente en el año 2006, convirtiéndose en la red social más importante hasta el día de hoy.

Raquel Rubín (2012), en *Qué es Facebook, cómo funciona y qué te puede aportar esta red social* destaca que “las funcionalidades más importantes son las que te permiten encontrar amigos con el buscador de amigos de Facebook para conectarte con ellos e interactuar: contarles cosas de ti, compartir recursos (fotos, videos, etc.) o incluso realizar encuestas”.

Según cifras del diario mexicano El Universal “La red social Facebook alcanzó al cierre del primer trimestre del año (2012) los 901 millones de usuarios”, alrededor de todo el mundo y con traducciones a más de 70 idiomas.

En 2006, el desarrollador de software y empresario estadounidense Jack Dorsey, creó una nueva red social, Twitter. Carolina Velasco en *Diferencias entre red social (Facebook) y red de contenido (Twitter)*, resalta, que a diferencia de Facebook, Twitter no se basa en las relaciones interpersonales que se establecen; más bien, funciona como una plataforma comunicacional, enraizada en la transmisión de información en la que los usuarios deciden sobre qué temas van a hablar. Twitter “es más una red social que establece las nuevas tendencias de la información global” (2013).

#### **2.2.4.1 Twitter**

Según la página web Definición.de, Twitter es “una red de microblogging que permite escribir y leer mensajes en Internet que no superen los 140 caracteres” (2013). Fue creado en el año 2006 y, sin embargo, no fue sino hasta el año 2009 cuando comenzó a ser utilizada de forma masiva, convirtiéndose en una de las veinte páginas más visitadas del mundo, conforme al servicio de estadísticas Alexa The Web Information Company (2013).

Por su parte, “el microblogging es una variante de los blogs [...] su diferencia radica en la brevedad de sus mensajes y en su facilidad de publicación (pueden enviarse los mensajes desde el móvil, programas de mensajería instantánea, etc.”.

Según la página oficial de Twitter:

Twitter es una red de información en tiempo real que te conecta a las últimas historias, ideas, opiniones y noticias de aquello que encuentras interesante. Encuentra fácilmente las cuentas que te resulten más atractivas y sigue sus conversaciones. En el corazón de Twitter hay pequeñas explosiones de información llamadas tweets. Cada tweet tiene 140 caracteres, pero no te dejes engañar por su pequeño tamaño— puedes descubrir un montón en poco espacio. Puedes ver fotos, videos y conversaciones directamente en tweets para conocer toda una historia de un vistazo, y todo en el mismo lugar.

En el libro *Openpolitica: El discurso de los políticos italianos en la era de Twitter*, Stefania Spina (2012) indica que todos conocen Twitter como la red social donde se escriben mensajes de 140 caracteres, y muchos la conocen porque siempre esta primero que los medios tradicionales en el lugar de los hechos, en eventos no predecibles como terremotos y catástrofes. Descrita en *Twitter for dummies* como una rápida y poderosa herramienta para intercambiar ideas e información y para mantenerse en contacto con personas, empresas y organizaciones de interés personal. (Fitton, Gruen & Poston, 2010)

Twitter es hoy en día la plataforma social de mayor crecimiento a nivel mundial. La empresa Global Web Index, dedicada a la investigación y estudio de medios digitales, publicó una infografía (ver anexo B-2) en la que demostró que esta red social creció un 40% entre el segundo y cuarto trimestre del 2012. Lo anterior se

traduce en un total de más de 485 millones de cuentas abiertas y más de 288 millones de usuarios activos.

Para el primer trimestre de 2013, Twitter tenía la cuarta mayor tasa de penetración de usuarios entre todas las redes sociales alrededor del mundo (ver anexo B-3), teniendo sólo por delante a Facebook con el 51%, Google+ con 26% y Youtube con 25%. Por otro lado, la empresa Infographic Labs, encargada de recopilar y graficar cifras, (ver anexo B-4) señala que para principios de 2012 se emitían más de 175 millones de tweets al día.

La empresa Semiocast, encargada de la recopilación de datos e investigación en medios digitales, analizó 383 millones de perfiles de usuario en Twitter creados antes del 1 de enero de 2012 y reveló que en términos de cuentas creadas, el primer país fue los Estados Unidos con más 107.7 millones y Brasil fue el segundo país con 33.3 millones de cuentas, superando a Japón que se posicionó en el tercer lugar con 29.9 millones (ver anexo B-5).

Además, Semiocast estudió el ranking de países más activos que al menos publicaron un mensaje en Twitter entre el 1 septiembre de 2011 y el 30 de noviembre de 2011, e indicó que el 33% de las cuentas ubicadas en Holanda registraron al menos un mensaje entre esas fechas, convirtiéndolo en el país más activo. El segundo país fue Japón con el 30%, España ocupó el tercer lugar con 29% de cuentas activas,

Estados Unidos se ubicó en la cuarta posición y Brasil ocupó el puesto número 12 (ver anexo B-6).

En ambos estudios Venezuela se posicionó dentro de los primeros 20 países del ranking, ubicándose en el puesto número 12 del primer estudio con aproximadamente 7 millones de cuentas creadas antes del 1 de enero de 2012. En el segundo estudio resultó el sexto país más activo, ya que el 28% de las cuentas ubicadas en Venezuela registraron al menos un mensaje entre el 1 septiembre y el 30 de noviembre de 2011.

La diferencia entre las posiciones en el ranking de estos estudios se debe a que gran parte de los usuarios de Twitter utilizan el servicio para leer los tweets de otros y no para publicar contenidos propios.

Esta red social ha logrado posicionarse mundialmente gracias a dos de sus características más importantes y que además son fundamentales para la difusión del mensaje: su carácter de inmediatez y la masividad. El gran volumen de información que maneja y su accesibilidad son algunas de las causas del gran crecimiento que ha experimentado Twitter desde su creación (Díaz, 2012)

Fitton et al (2010, p. 41) señala que “por el poder que ejerce, Twitter es uno de los sitios web para la comunicación de masas más simples y elegantes”. Un ejemplo que legitima esta afirmación, fue la aparición en Twitter del candidato a las elecciones presidenciales de los Estados Unidos en el año 2008, Barack Obama. La periodista

del diario New York Times, Ashley Parker (2012) afirma en el artículo *In Nonstop Whirlwind of Campaigns, Twitter Is a Critical Tool* que:

Twitter se ha convertido en una herramienta fundamental para las campañas políticas, permite (a los candidatos) llegar a los votantes, reunir datos y responder a las acusaciones de inmediato. Pero como la mayoría de las herramientas de los nuevos medios, también puede representar peligro para las campañas. Puede definir rápidamente el debate político, les gusta o no a los candidatos, y una misiva de sólo 140 caracteres se puede convertir en una pesadilla. (p. S/N)

Para Teddy Goff, director digital de la campaña de reelección del presidente Obama (c.p. Parker, 2012):

Twitter ha cambiado por completo la forma en la que funciona la política, no sólo por el elemento de prensa, sino también por el elemento organizador, el elemento de recaudación de fondos y la construcción de las relaciones que todas las campañas tratan de hacer.

La implementación de las redes sociales en la campaña electoral realizada por Barack Obama en el año 2008 marcó un hito en la forma de hacer política a nivel mundial. El Presidente estadounidense realizó la primera campaña electoral 2.0, siendo la más grande que se ha realizado hasta ahora.

Actualmente, su cuenta en Twitter se encuentra entre las primeras diez cuentas con más *followers* y *following* a más personas a nivel mundial. Hasta el día de hoy, el presidente estadounidense tiene 32.282.520 *followers* y sigue a 662.082 usuarios de esta red social. Según *Top 100: most followers* de la página web TwitterCounter,

herramienta que se encarga del análisis y monitoreo de cuentas en Twitter, el presidente estadounidense es la cuarta persona con más *followers* y la figura política más seguida en todo el mundo (2013).

### ***2.2.5 Campañas electorales***

Según el Diccionario Electoral (1989, p. 73), el término campaña electoral se utiliza para denominar el “período destinado a la realización de la propaganda electoral” así como al:

Conjunto de actividades lícitas llevadas a cabo por los partidos, alianzas de partidos y agrupaciones de electores con el propósito de hacer conocer y explicar sus principios ideológicos y programas de gobierno; así como promover los candidatos que han postulado a los distintos cargos electivos con la finalidad de captar las preferencias de los electores.

En otras palabras, las campañas electorales son todas las acciones y esfuerzos que se realizan con la intención de hacer llegar al mayor número de electores un mensaje informativo y persuasivo, con el fin de aumentar el número de votos favorables a la causa durante las elecciones.

El mensaje de una campaña electoral busca despertar el interés y el compromiso del público, además debe suministrarle a los electores suficientes recursos informativos que les permita conocer las características de los candidatos a fin de que cada individuo tome la decisión que considere más adecuada.



### **2.2.5.1 Objetivos de una campaña electoral**

Tal como se mencionó anteriormente, las campañas electorales están diseñadas para despertar el interés de los electores y lograr movilizar la mayor cantidad de votantes para la causa por la que se está trabajando.

De acuerdo a Franklin Guzmán (1992) existen aún otros seis objetivos asociados a los mensajes que se emiten durante una campaña electoral; estos son:

1. Dar a conocer o proyectar el nombre y la imagen del candidato, su figura, sus cualidades para el cargo, su biografía y su razón fundamental para competir.
2. Dar a conocer el programa de gobierno del candidato, a través de la presentación de los problemas más sentidos por la comunidad y las soluciones que este ofrece.
3. Reforzar la credibilidad en el partido, recordando su historia, su ideología y sus acciones en beneficio de la comunidad.
4. Descalificar a los adversarios, fundamentalmente al principal, cuestionando sus actuaciones políticas, cualidades para el cargo, propuestas de gobierno y la obra de su partido.
5. Proyectar la imagen de un incremento constante de la fuerza de apoyo del candidato, de manera cuantitativa y cualitativa.
6. Transmitir la sensación y la seguridad de triunfo. (c.p. Linares & Zavala, 1999, pp. 46-47)

### **2.2.5.2 Etapas de una campaña electoral**

En una campaña electoral se pueden identificar diferentes etapas que modifican y estructuran el tipo de mensaje y los medios que formaran parte del proceso comunicacional. Cada una de estas etapas establece los parámetros que guiarán la dinámica y desarrollo de la campaña.

Diamond y Bates en su libro *En el clavo: El auge de la publicidad política en televisión* (c.p. Linares & Zavala, 1999, pp. 50-53), señalan que existen cuatro etapas básicas en la evolución de una campaña:

**Identificación.** Durante este periodo se busca familiarizar al público elector con el candidato, utilizando la estrategia más adecuada para que el mensaje que se transmita se fije en la mente del votante. El objetivo inmediato es posicionar el nombre del candidato para que sirva como punto de referencia en el electorado.

**Argumentación.** En esta etapa, el mensaje gira en torno a temas de importancia política: el candidato debe exponer su posición sobre los asuntos que le interesan al público votante. Este es el momento propicio para difundir el argumento central en el que basará su campaña y los temas secundarios que arman el plan comunicacional durante la misma, señala Carl Kiery en *Planificación de campañas de comunicación política*. (c.p. en Linares & Zavala 1999, p. 51)

**Ataque.** En esta fase el mensaje busca revelar y resaltar los aspectos controversiales y las debilidades de la vida privada de un candidato. Segur Herbert Koeneke (c.p. Linares & Zavala 1999, p. 52) estas acciones buscan desacreditar o descolocar al individuo, ya que son potencialmente perjudiciales.

**Reflexión.** Esta es la última etapa, desde que se inicia esta fase el candidato debe transmitir tranquilidad y confianza. Debe comenzar a expresarse como el candidato ganador dejando de lado la imagen de competidor.

Estas etapas no necesariamente siguen ese orden, pueden omitirse o no llevarse a cabalidad. Todo esto depende de la estrategia política y comunicacional que realice el comando de campaña del candidato.

### **2.2.5.3 Campaña en las redes sociales**

Como ya se mencionó anteriormente, el surgimiento de la web 2.0 y las nuevas tecnologías han cambiado el sistema de la información política. Con ellos, han surgido nuevos canales de comunicación e información de diferentes temas y con más contenido, debido a que la información fluye con mayor rapidez y porque el consumidor también es generador de noticias en tiempo real.

En el libro *Openpolitica: El discurso de los políticos italianos en la era del Twitter*, Stefania Spina (2012) explica que en los últimos cuarenta años la evolución de las tecnologías de la comunicación han provocado una serie de cambios que están incidiendo profundamente en las modalidades en las que los políticos se comunican con los ciudadanos. Spina (2012, p. 10) señala que en estos últimos cuarenta años se han superpuesto tres paradigmas diferentes:

**Paradigma de la transmisión:** este modelo proporciona una comunicación vertical, el mensaje es emitido por un individuo y es recibido por muchos. Este es el esquema de la televisión, e incluso antes era el de la radio y la prensa.

**Paradigma del compartir:** es en el que la comunicación va de muchos a muchos y la información de tipo estático, se comparte en un solo ambiente, tal como funcionaba la web de primera generación ó 1.0.

**Paradigma de la interacción:** a diferencia de los modelos anteriores, en este paradigma se comparten los flujos dinámicos de información, las conversaciones se realizan en tiempo real y de manera horizontal, instaurando nuevas relaciones interpersonales entre los participantes. Este es el modelo de la web 2.0.

Twitter y las redes sociales son los representantes más emblemáticos del paradigma de la interacción, acota Spina (2012, p. 10). “La comunicación entre político y ciudadano no sólo ya no es mediada por los periodistas y no se basa en la transmisión unidireccional, sino que asume la forma de una interacción continua entre los diferentes interlocutores”

Lucas Lanza, Presidente de la Fundación Sociedad de la Información para las Américas, señala que la rapidez de la comunicación implica un nuevo reto para los candidatos, y que los flujos de información política se multiplican y las esferas públicas también lo hacen. Lanza expone en el artículo *Escenas primarias de la*

*política 2.0 en Argentina y el mundo*, que ahora los medios tradicionales como la televisión, la radio y los periódicos, ya no alcanzan la velocidad de los foros, blogs, tweets y redes sociales, canales que se alimentan de la voz y la acción de todos (políticos y ciudadanos). (2010, p. 44)

La llegada de la política a la web 2.0 se desarrolló a partir de escenarios que sirvieron como “fundadores” para lo que hoy es conocido como “política 2.0”. Lanza explica que muchos de esos escenarios ocurrieron durante el desarrollo de la campaña electoral de los Estados Unidos en 2004, cuando ya se manejaban las primeras aplicaciones de conversación o interacción entre usuarios:

Las elecciones generales presidenciales de España en 2004, en las cuales José Luis Zapatero (PSOE) derrotó al candidato del PP, Mariano Rajoy, también constituyen un hito paradigmático. Este acto electoral, que sucedió apenas tres días después del atentado a Atocha, está teñido por la influencia de los nuevos medios tras registrarse una gran participación ciudadana autogenerada ante la falta de transparencia en la información relativa a los atentados por parte del gobierno de José María Aznar, que culminó con una masiva movilización popular en la sede del PP, convocada por SMS en plena veda electoral. (Lanza, 2010 p. 45)

Sin embargo, fue en 2008 cuando el fenómeno de Barack Obama transformó en icono a la web 2.0 al revolucionar la manera de hacer política. “Si no hubiera sido por el Internet, Barack Obama no hubiera sido presidente” declaró la editora en jefe del Huffington Post, Arianna Huffington, para el artículo *Cómo la campaña por Internet de Obama cambió la política*, del diario New York Times:

El señor Obama usó internet para organizar a sus seguidores de una manera en la que en el pasado hubiera necesitado de un ejército de voluntarios y organizaciones lucrativas para lograrlo. Las herramientas han cambiado entre 2004 y 2008. Barack Obama ganó cada Asamblea Legislativa de Estado, y lo hizo por esas herramientas, porque fue capaz de mover miles de personas y organizarlas, acotó Joe Trippi, consultor político por el partido Demócrata. (Caín, 2008, p. S/N)

En el libro *Ciberpolítica* (2008), de Carmen Beatriz Fernández, se realizó un estudio llamado “Índice ciberpolítico” para medir los niveles de actividad política a través de las redes en todos los países de Latinoamérica, haciendo un seguimiento del uso de Internet como instrumento en las diez campañas presidenciales latinoamericanas de 2006. Brasil, Venezuela, México y Colombia resaltaron como los países que hicieron uso más intenso de la red durante las campañas presidenciales de 2006. Este índice también diferencia entre el uso de la red para informarse políticamente (Infopolítica) y su uso para activar políticamente (Ciberactivismo).

“La infopolítica incluye expresiones de uso pasivo de los medios digitales durante la campaña electoral presidencial como fuentes de información política”, detalla Fernández (2008, p. 23-24) mientras que “el ciberactivismo, por su parte, implica el uso de los nuevos medios en actividades similares al activismo político”.

En el caso particular de Venezuela, resultó primero como el país que hizo uso más intenso en la red, seguido por Brasil, México y Colombia. Además se determinó que emplea estas herramientas más para el activismo que para informarse, al igual que Colombia y Ecuador.

En consecuencia, la política 2.0 es un fenómeno que sigue creciendo cada vez con más rapidez y haciéndose más poderoso, tal como sucedió en el caso de la revolución tunecina y la revolución egipcia, donde el uso la web 2.0 fue determinante para la movilización de la gente a la calle y una vez convocadas las manifestaciones (Angulo, 2011). Las redes sociales fueron el instrumento por el cual el resto del mundo fuera de Egipto y Túnez pudo conocer de lo que estaba pasando y dada la importancia de estas herramientas, el entonces presidente de Egipto Hosni Mubarak cortó el acceso a Internet y a las redes celulares de ese país (De Rivera, 2011).

## **CAPÍTULO III**

### **MARCO METODOLÓGICO**

#### **3.1 Tipo de Investigación**

Para el desarrollo del presente trabajo de investigación resulta necesario definir la metodología a aplicar en el análisis de los datos recopilados, a fin de obtener las representaciones sociales construidas en el discurso de los candidatos Hugo Chávez y Henrique Capriles, durante la campaña para las elecciones a la presidencia de octubre de 2012, a través de sus cuentas en la red social Twitter.

Al abordar un estudio es fundamental precisar el tipo de investigación que se va a desarrollar. Según Fidias Arias (1999) existen tres categorías diferentes para clasificar el proyecto de investigación que se quiere llevar a cabo, a saber: según el nivel, el diseño y el propósito.

Según esta clasificación, en *El proyecto de investigación* (Arias, 1999) se define el nivel de investigación como el “grado de profundidad con que se aborda un objeto o fenómeno. Aquí se indicará si se trata de una investigación exploratoria, descriptiva o explicativa”. (p.19)



De acuerdo a lo señalado anteriormente, Arias (1999) explica que la investigación descriptiva se basa en la caracterización de un fenómeno, en establecer su estructura o determinar su comportamiento. “Los estudios descriptivos miden de forma independiente las variables, y aun cuando no se formulen hipótesis, las primeras aparecerán enunciadas en los objetivos de investigación”. (Arias, 1999, p.20)

A su vez, Dankhe (c.p. Hernández et al, 1978, p.117) dice que el carácter descriptivo de la investigación “busca especificar las propiedades, las características y los perfiles importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis”.

Conforme a las conceptualizaciones anteriores, al planteamiento y a las metas que se quieren alcanzar con esta investigación, se considera apropiado emplear el nivel descriptivo, ya que se busca describir, analizar y comparar de forma sistemática el contenido del discurso de ambos candidatos a la Presidencia en la red social Twitter y así construir las representaciones sociales presentes en el discurso de cada uno durante el periodo de campaña electoral delimitado por el Consejo Nacional Electoral.

Por otro lado, se encuentra el diseño de la investigación. Esta categoría clasifica las estrategias adoptadas por el investigador para dar respuesta a las interrogantes planteadas en el problema del estudio. (Arias, 1999) Según el *Manual de Trabajos de Grado de Especialización y Maestrías y Tesis Doctorales* (UPEL, 2002) se entiende

por estudios de campo: “El análisis sistemático de problemas en la realidad, con el propósito bien sea de describirlos, interpretarlos, entender su naturaleza y factores constituyentes”. (p.10)

La investigación del presente estudio se realiza al tomar los datos directamente desde la realidad en la que se presentan, ya que el estudio se realiza sobre el discurso publicado por los actores sociales a través de los tweets en la red social Twitter. En consecuencia, la muestra y el objeto de estudio se encuentran en su realidad sin cambiar o modificar alguna de las variables.

En cuanto a la metodología, este trabajo se enmarca dentro del ámbito cualitativo, el cual, según Taylor y Bogdan (citado en Herrera, 2010, p.8) es el que “produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas habladas o escritas, y la conducta observable”, lo que se adapta perfectamente con el objeto de estudio de esta investigación, mencionado en el párrafo anterior.

### **3.2 Periodo de la Investigación**

Con relación a la marca temporal de la investigación se determina que es de tipo transversal, ya que la realidad en estudio está delimitada por un tiempo determinado, que ocurrió en un momento específico. Estos tipos de estudios tienen como objetivo describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un tiempo establecido. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 1997)

Por otra parte, el tiempo que se tomó para realizar la investigación fue de catorce meses, aproximadamente. En el mes de junio de 2012 se iniciaron las investigaciones previas para determinar los fundamentos teóricos que avalarían la aplicación de la metodología seleccionada al objeto de estudio.

Posteriormente, se hizo un seguimiento a las cuentas @chavezcandanga y @hcapriles desde el mes de julio hasta el mes de octubre de 2012 (tres meses), periodo en el cual se desarrolló la campaña electoral según los estatutos del Consejo Nacional Electoral. Una vez recogida la muestra de estudio, se procedió a estructurar el presente trabajo estableciendo sus bases teóricas y el modelo metodológico a utilizar.

Luego de aplicar la metodología a la muestra, se realizaron los análisis pertinentes en función de los resultados obtenidos. Finalmente, se dio respuesta a la pregunta de investigación en las conclusiones del estudio.

### **3.3 Universo**

Para el desarrollo de este trabajo, el universo está compuesto por los tweets publicados por Hugo Chávez y Henrique Capriles, durante los 96 días en los que se desarrolló la campaña electoral, desde las 12:00 am del primero de julio de 2012 hasta las 11:59 pm del 04 de octubre de 2012, exceptuando todos aquellos retweets, links de fotos, videos o contenido externo.

### 3.4 Muestra

Según Morles, la muestra puede definirse como un "subconjunto representativo de un universo o población". (c.p. Arias, 1999, p. 22) El autor señala que existen dos tipos de muestreo, el probabilístico y el no probabilístico, cada uno con sus propias subcategorías.

El muestreo probabilístico es definido por Arias como el "proceso en el que se conoce la probabilidad que tiene cada elemento de integrar la muestra". (p.22) Así mismo, Padua señala que en este muestreo "todas las muestras y todos los elementos tienen la misma posibilidad de ser seleccionados". (1979, p. 63)

Para establecer la muestra de esta investigación, se escogió el método probabilístico, de tipo estratificado no proporcional, el cual, según Arias "consiste en dividir la población en subconjuntos o estratos cuyos elementos poseen características comunes. Así los estratos son homogéneos internamente". (2009, p.22)

En el diseño de esta metodología, se dividió el universo en subgrupos relacionados con el tiempo de la campaña: 96 días, a fin de darle equidad cuantitativa, garantizar el mismo número de elementos a observar y la presencia en el estudio de diferentes momentos del discurso. La división en subgrupos garantiza que los mensajes seleccionados correspondan a todo el periodo de la campaña de forma equitativa y no

que abarquen mayoritariamente el arranque, el desarrollo o el remate de la contienda electoral.

Para esto se formaron tres categorías sobre la línea de tiempo total, es decir que cada categoría está compuesta por un lapso de 32 días de actividad en la red social. La primera abarca del primero de julio al primero de agosto. El segundo periodo comienza el 02 de agosto y finaliza el 02 de septiembre, mientras que el tercero inicia el 03 de septiembre y culmina el 04 de octubre.

Asimismo, a cada uno de estos subgrupos se le asignó un total de 32 tweets, escogidos de forma aleatoria, lo cual equipara el número de días estudiados en cada categoría con el número de tweets seleccionados.

Posteriormente, y para definir la muestra, se tomó para el análisis el 50% de cada grupo, a fin de garantizar un muestreo con un alto nivel de representatividad. Tal como lo señala Ramírez “la mayoría de los autores coinciden en que se puede tomar un aproximado del 30% de la población y se tendría una muestra con un nivel elevado de representatividad”. (2009, p.91)

La escogencia aleatoria de los tweets para los subgrupos y para la muestra final se realizó con el programa Excel de Microsoft Office. Todos los tweets fueron enumerados y luego fueron seleccionados al azar con el uso de la fórmula =ALEATORIO.

### 3.5 Técnicas e instrumento de recolección de datos

De acuerdo a Sabino “un instrumento de recolección de datos es, en principio, cualquier recurso de que se vale el investigador para acercarse a los fenómenos y extraer de ellos información”. (1992, p.113) Dentro de cada instrumento el autor distingue dos aspectos: la forma, que se refiere al tipo de aproximación que se establece con lo empírico y el contenido que queda expresado en la especificación de los datos que se quieren conseguir.

Para los efectos de esta investigación, se aplicó el modelo de Análisis de la Representación de los Actores Sociales en el Discurso propuesto por el lingüista holandés Theo Van Leeuwen. Este autor, en el artículo *The Representation of Social Actors* (1996) plantea que los actores sociales pueden ser representados a través de un inventario sociosemántico, a diferencia de muchas otras formas orientadas lingüísticamente de análisis crítico del discurso.

El análisis de las representaciones sociales se complementó con el modelo del investigador Teun Van Dijk para, desde la perspectiva del Análisis Crítico del Discurso (ACD), aproximarse a la construcción de la ideología en términos discursivos.

El enfoque de Van Leeuwen busca proporcionar nuevas categorías relevantes para la investigación de las representaciones sociales en el discurso. Las categorías

propuestas en *The Representation of Social Actors* pueden ser vistas en principio como pansemióticas, es decir:

Una determinada cultura (o un determinado contexto dentro de una cultura) tiene formas específicas de representación del mundo social, así como asignación de las distintas o de las diferentes semióticas con mayor o menor rigidez, lo que puede realizarse verbalmente y visualmente, lo que sólo se puede hacer verbalmente y lo que sólo se puede hacer visualmente, y así sucesivamente. (Van Leeuwen, 1996, p. 34)

Todos estos puntos son importantes para el análisis del discurso, señala el holandés, ya que con el creciente uso de la representación visual en una amplia gama de contextos, se hace cada vez más urgente poder hacer las mismas preguntas con respecto a las representaciones verbales y visuales.

Cada una de las representaciones sociales que formula Van Leeuwen está atada a realizaciones lingüísticas o realizaciones retóricas. A continuación, se definen las categorías del modelo:

- **Exclusión:** en esta categoría los actores y sus respectivas actividades no se representan, esta medida es usada comúnmente como estrategia propagandística. La exclusión comprende: la supresión y el “*backgrounding*”. Ambos juegan un papel fundamental en la reducción del número de veces que se refieren explícitamente a actores sociales en específico.

- **Supresión,** el actor social no se menciona en el texto y se elimina el agente pasivo.

- **Retiro al fondo (backgrounding)**, el actor social no puede ser mencionado en relación a una actividad, pero sí en otras partes del texto, están en segundo plano.
- **Inclusión:** los actores sociales son representados.
  - **Asignación de roles:** esta categoría dice que las congruencias entre los roles que el actor social representa en las prácticas sociales y los roles gramaticales que estos ofrecen en los textos, no es necesaria. Este punto reasigna funciones y reorganiza las relaciones sociales entre los participantes. Las representaciones sociales pueden dotar a los actores con funciones activas o pasivas.
    - **Activación**, los actores sociales son representados como la fuerza activa que realiza la acción. Esta estrategia se logra a través de: la *participación*, el actor social es el protagonista del hecho, tiene un papel activo en primer plano; *circunstanciación*, se realiza con preposiciones circunstanciales que relacionan los elementos de una oración; *posesivación*, el agente está marcado por un pronombre posesivo.
    - **Pasivación**, se da cuando el actor social están sometido a una acción, y esta recae sobre él. Se puede dar por: *sujeción*, los actores sociales se tratan como objetos en la representación; *beneficiación*, los actores sociales son la tercera persona o se representan como la tercera persona y se benefician de la acción positiva o negativamente.



- **Generalización**, los actores sociales se representan como clases, se utiliza el plural sin artículo o el singular con un artículo definido o indefinido.
- **Especificación**, los actores sociales son representados como individuos identificables y específicos.
- **Asimilación**, el actor social forma parte de un grupo, se utilizan sustantivos de masas. Se da por *agregación* o *colectivización*.
  - **Agregación**, cuantifica grupos de participantes, busca legitimar con cifras. La cuantificación puede ser definidas o no definidas.
  - **Colectivización**, los grupos de participantes no se cuantifican.
- **Individualización**, el actor social es representado como un individuo.
- **Asociación**, grupos sociales que se asocian por circunstancias o acciones determinadas, no son grupos propios.
- **Disociación**, disolución de los grupos del texto.
- **Indeterminación**, los actores sociales se representan como individuos anónimos o sin especificación, se utilizan palabras como “alguien”, “algunos” o “algunas personas”.
- **Diferenciación**, cuando se establecen las diferencias de forma explícita entre un actor social individual o su grupo frente a otro grupo o individuo.
- **Nominación**, es cuando el actor social es definido según su identidad social única. Los tipos son:
  - **Formal**, el apellido con o sin honoríficos.
  - **Semi-formal**, nombre y apellido sin honoríficos.
  - **Informal**, nombre o sobrenombre.

- **Por rango o función**, cuando sólo una persona ocupa un rango en una situación social.
- **Pseudo-título**, preferencias compuestas por criterios notables.
- **Filiación**, por familia.
- **Categorización**, el actor social es definido en términos de las identidades y funciones que comparte con otros.
- **Funcionalización**, los actores sociales se refieren por la función que cumplen, actividad que realizan u ocupación.
- **Identificación**, es cuando el actor social es definido por un atributo que es más o menos permanente. Se puede dar por *clasificación, identificación relacional o identificación física*.
  - **Clasificación**, el actor social se define por pertenecer a una grupo social o demográficamente definido.
  - **Identificación relacional**, el actor social es identificado en términos de su persona, parentesco, relación de trabajo y relaciones sociales que tenga con otras personas.
  - **Identificación física**, los actores sociales son definidos por características físicas que los identifican de forma única en un contexto dado.
- **Personalización**, se presenta el actor social con sustantivos que permite la categoría “humana”.
- **Impersonalización**, se presenta el actor social a través de sustantivos abstractos o que no contienen categoría semántica de “humanos”. Se produce por:

- **Objetivación**, los actores sociales están representados por medio de referencias a lugares o cosas a las que estén íntimamente relacionados. Se divide en: *espaciación*, el actor social está representado a través de un lugar al que está cercanamente asociado; *autonomización*, se hace referencia al actor social por su acto de habla o sus declaraciones; *instrumentalización*, se hace referencia al instrumento con el que llevan a cabo la actividad por la que están representados; y *somatización*, se hace referencia al actor social por una parte de su cuerpo.
- **Sobredeterminación**, se produce cuando los actores sociales se representan como los participantes, al mismo tiempo, en más de una práctica social. Se dividen en *inversión*, *simbolización*, *connotación* y *destilación*.
  - **Inversión**, los actores sociales están conectados a dos prácticas que son en cierto sentido opuestas la una de la otra.
  - **Simbolización**, se produce cuando actores sociales ficticios son asociados con actores sociales o grupos no ficticios.
  - **Connotación**, ocurre cuando una determinación en sentido único (un nombramiento o identificación física) representa una clasificación o funcionalización.
  - **Destilación**, se produce la sobredeterminación a través de una combinación de generalización y abstracción.

Después de definir los parámetros establecidos por el teórico Van Leeuwen en su artículo *The Representation of Social Actors* (1996), se procedió a realizar el análisis

comparativo a partir de dichas categorías sobre la representación social, entre los tweets emitidos por los candidatos a la Presidencia de la República Bolivariana de Venezuela, Hugo Chávez y Henrique Capriles, durante el periodo de campaña electoral 2012.

Luego, se distinguieron varias categorías o grupos para referirse de forma más coherente y explícita a los actores sociales. Según Van Leeuwen, esta agrupación de los actores sociales sirve para calibrar el estudio en torno a las actuaciones manifiestas relevantes en el discurso y como una forma de encontrar denominadores comunes entre los actores.

Con la metodología de Van Dijk se buscó identificar las ideologías presentes dentro del discurso de los candidatos para relacionarlas con el contexto que los rodea y en el que se desarrollan. Según este autor, las cargas ideológicas son formadas por consenso y las actitudes seleccionadas por un grupo determinado vienen dadas por los intereses de los individuos que conforman dicho grupo.

Así pues, se tomó como referencia para establecer las categorías propuestas por Van Leeuwen, *El Análisis del Discurso Ideológico*, de Van Dijk (1996), el cual la establece como parte de la argumentación dos grandes categorías: *ingroups* (nosotros) y *outgroups* (ellos). Con esto, Van Dijk hace referencia a estructuras auto identitarias marcadas en cualquier tipo de discurso, producto de la forma en la que está polarizado el texto político.

Para agilizar el estudio se empleó el soporte técnico Antconc, un software para el análisis de concordancia, creado por el profesor Laurence Anthony, del Centro de Educación del Idioma Inglés en Ciencias e Ingeniería (Center for English Language Education in Science and Engineering CELESE), de la Facultad de Ciencias e Ingeniería de la Universidad Waseda en Japón. Este programa permite realizar glosarios y observar palabras o grupos de palabras en un contexto determinado con el fin de crear una base de datos.

Tomando en cuenta estas consideraciones, se construyó una red lexicológica para establecer los criterios de búsqueda y con ella realizar el análisis de la construcción de la representación social contenida en una muestra aleatoria de los tweets publicados desde el primero de julio hasta el 04 de octubre por los actores políticos mencionados. Cada tweet constituye una unidad gramatical para los efectos de este estudio y serán identificados con la nomenclatura T, más un número que corresponde al orden de aparición en la red social Twitter.

La transcripción oficial de los tweets seleccionados estarán contenidos en los anexos del presente trabajo, agrupados en el anexo A.

### **3.6 Validez y confiabilidad**

De acuerdo al manual de la UPEL (2002) “todo instrumento de recolección de datos debe reunir dos requisitos esenciales: validez y confiabilidad. La validez se

refiere al grado en que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir [...] la confiabilidad se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo sujeto produce iguales resultados”.

En relación con el presente trabajo, la validez y confiabilidad del modelo de la Representación de los Actores Sociales propuesto por Theo Van Leeuwen, viene dada por la revisión de otros trabajos que aplicaron dicha metodología, entre los que cuentan:

Giraldo, G. y Guillén, M. (2012); Spina, S. (2012); Santiago, L. (2011); González González, M. (2009); Montserrat Ribas Bisbal, J. (2008); Martínez Lirola, M. (2007); Amésquita Vargas, A (2006); Pardo Abril, N. (2005).

Por otro lado, la muestra seleccionada se adapta a la metodología de Van Leewen, ya que cada unidad gramatical (tweet) es un reflejo de las creencias e ideologías presentes en el discurso de cada actor social. Es por esta razón, que el número de tweets que sean analizados no afecta el resultado de esta investigación.

## **CAPÍTULO IV**

### **ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS**

#### **4.1. Contexto**

De acuerdo a lo investigado hasta el presente capítulo, se utilizará la estructura básica para el análisis del discurso (texto y contexto) y se aplicará el modelo de Van Leeuwen a la muestra seleccionada. En primer lugar, se describirán los resultados obtenidos en el actor político Hugo Chávez y Henrique Capriles respectivamente. Posteriormente, se procederá a realizar el análisis comparativo entre ambos candidatos, en función a los grupos sociales que representaron en sus discursos.

A continuación, se presenta una biografía de los sujetos de estudio, para comprender mejor las creencias, valores, ideologías y cultura que ellos tienen y su influencia en los discursos que emiten a través de Twitter.

##### **4.1.1 Hugo Rafael Chávez Frías**

De acuerdo a la página web oficial del Despacho de la Presidencia de la República y Seguimiento de la Gestión de Gobierno, Hugo Rafael Chávez Frías nació en la población de Sabaneta, estado Barinas, el 28 de julio de 1954. Hijo de Hugo de los

Reyes Chávez y Elena Frías, un matrimonio de maestros de educación primaria, era el segundo de seis hermanos.

En 1960 comenzó sus estudios de primaria en el grupo escolar Julián Pino. Egresó como bachiller en ciencias del liceo Daniel Florencio O’Leary, y en 1971 ingresó en la Academia Militar de Venezuela, de donde se graduó en el año 1975 con el grado de subteniente de Artillería y recibió el título de licenciado en Ciencias y Artes Militares, en la especialidad de Ingeniería, mención Terrestre. (Consejo Federal de Gobierno, 2013)

Continuó su carrera militar en las Fuerzas Armadas hasta ascender al grado de Teniente Coronel en 1990. Posteriormente, según el sitio web de la Embajada de la República Bolivariana de Venezuela en los Estados Unidos de América, inició una maestría en Ciencias Políticas en la Universidad Simón Bolívar, y el Curso de Comando y Estado Mayor en la Escuela Superior del Ejército entre 1991 y 1992.

Según el Centro de Información y Documentación Internacionales en Barcelona (CIDOB), en 1980 fue comisionado en la Academia Militar de Venezuela, donde se desempeñó por cuatro años consecutivos como jefe del Departamento de Educación Física, jefe del Departamento de Cultura y comandante fundador de la Compañía José Antonio Páez.



Según Alberto Garrido en *Chávez con uniforme*, Chávez fundó en 1983 el Movimiento Bolivariano Revolucionario 200 (MBR-200):

En 1983 Chávez creó el MBR-200 militar (Samán de Güere) con Jesús Urdaneta, Felipe Acosta Carles y Raúl Baduel. Previamente se había fundado en el Ejército (1980) el Comité de Militares Bolivarianos, Patrióticos y Revolucionarios y el Ejército Bolivariano Revolucionario (1981-1982). Ambas fueron iniciativas de Chávez. La propuesta de crear el MBR-200 también fue de Chávez y obedecía a que ya había varios civiles trabajando con los militares (2007, p.26).

Garrido acota que se suele confundir el Ejército Bolivariano Revolucionario (EBR) con el MBR-200. “El EBR fue concebido en 1980, comenzó a operar en 1981 y se desarrolló en 1982, cuando dejó de existir para darle paso al MBR-200”. (2007, p.30) *La era Chávez*, suplemento especial del diario Últimas Noticias del día 06 de marzo de 2013, señala que con la creación del MBR-200, Chávez “juró, bajo el Samán de Güere luchar para construir una nueva República” (2013, p. 4) junto a Felipe Antonio Acosta Carlés, Yoel Acosta Chirinos, Francisco Arias Cárdenas, Jesús Urdaneta Hernández y Raúl Isaías Baduel.

En el mes de julio de 1991, después de haber terminado el curso de Comando y Estado Mayor en la Escuela Superior del Ejército, Chávez ascendió a teniente coronel y asumió el mando de la Brigada de Paracaidistas Coronel Antonio Nicolás Briceño, con base en Maracay. El CIDOB destaca que “estar al frente de esta unidad militar de élite y en un acuartelamiento próximo a Caracas facilitaba la ejecución de sus planes”. (2013, p.11)

A las 11:00 de la noche del día 3 de febrero de 1992 el grupo MBR-200 comenzó una rebelión militar contra el entonces presidente Carlos Andrés Pérez, con comandos operando simultáneamente en Maracaibo, Caracas, Valencia y Maracay. Chávez estableció su centro de operaciones en la sede del Museo Histórico Militar, ubicado en La Planicie, en las inmediaciones del Palacio de Miraflores, mientras que sus fuerzas tomaron el canal del Estado Venezolana de Televisión. (Consejo Federal de Gobierno, 2013)

A las 10:30 de la mañana del 4 de febrero de 1992, Hugo Chávez apareció frente las cámaras antes de ser arrestado. “Le bastó con pronunciar 169 palabras para entrar por primera vez en la historia de Venezuela y convertirse en un nuevo referente político” (p.9), señala el periodista Álbison Linares en el artículo *Mago de las adversidades y artífice del poder* publicado por el diario El Mundo, el día 06 de marzo de 2013.

[...] Compañeros: Lamentablemente, por ahora, los objetivos que nos planteamos no fueron logrados en la ciudad capital. Es decir, nosotros, acá en Caracas, no logramos controlar el poder. [...] yo, ante el país y ante ustedes, asumo la responsabilidad de este movimiento militar bolivariano. (Chávez, 1992)

Chávez fue encarcelado y pasó dos años en la prisión de San Francisco de Yare. Menos de un año después de la destitución de Carlos Andrés Pérez por el Congreso de la República bajo la acusación de malversación de fondos, el 26 de marzo de 1994 el recién electo presidente de la República, Rafael Caldera Rodríguez, firmó el

sobreseimiento del caso y Chávez junto a los demás participantes de la rebelión quedaron en libertad.

Según el CIDOB, a cambio de la libertad se le exigió a Chávez “la baja del Ejército por la obvia incompatibilidad que entrañaba portar el uniforme y exhibir actitudes contrarias a las instituciones del Estado”. (2013, p. 13)

Al salir de la cárcel, Chávez decidió iniciar su propio movimiento político-electoral, que se organizó como el Partido Movimiento Quinta República (MVR). Según *La era Chávez*, “de 1995 a 1997 recorrió Venezuela explicando su proyecto político” (2013, p.5) y en 1998 se lanzó como candidato a las elecciones presidenciales de ese mismo año, triunfando con el 56,2% de los votos.

“Chávez llega a Miraflores en medio de un ambiente de cambio y renovación que fue decisivo para su victoria sobre los partidos tradicionales, AD y Copei”, señala el periodista Igor Laboren en el artículo *Un militar llega a Miraflores: la luna de miel*, del diario El Mundo. “Con la venida de la Corte Suprema de Justicia [...], Chávez convocó a un referendo para decidir la instalación de una Asamblea Nacional Constituyente” (2013, p.12) y el día 15 de diciembre de 1999, se realizó el referendo que aprobaría la nueva Constitución Bolivariana con el 71,78% de los votos.

Tras dos años de gobierno de Chávez, en 2001 la oposición venezolana convocó el 11 de abril a una marcha que originalmente estaba autorizada hasta la sede de

PDVSA en Chuao, pero la manifestación fue desviada hacia al Palacio de Miraflores donde se encontraban desde tempranas horas simpatizantes del gobierno. Con la llegada de la marcha opositora se generaron enfrentamientos, resultando heridos manifestantes de ambos sectores. (CIDOB, 2013, p. 25)

En horas de la madrugada del 12 de abril, Chávez “fue puesto bajo arresto por el general de brigada Néstor González González [...] en el Fuerte Tiuna”. (CIDOB, 2013, p.26) Unas horas después, Pedro Carmona, presidente de Fedecámaras, se autojuramentó como Presidente de la República y posteriormente derogó las leyes habilitantes, disolvió el Parlamento, el Tribunal Supremo de Justicia, la Fiscalía y la Defensoría del Pueblo.

Desde horas de la mañana del 13 de abril, los seguidores del presidente Chávez comenzaron a manifestarse en Caracas. Los militares que apoyaban el golpe llevaron al mandatario a la base naval en Turiamo, donde escribió una nota expresando: “No he renunciado al poder legítimo que el pueblo me dio”. (Consejo Federal de Gobierno, 2013) Finalmente, Chávez regresó al Palacio de Miraflores la madrugada del 14 de abril, retomando sus funciones como Presidente de la República.

Al año siguiente, Fedecámaras y el grupo “Gente del Petróleo”, apoyados por los partidos políticos tradicionales, se aglutinaron en la llamada Coordinadora Democrática, y el 2 de diciembre de 2002 iniciaron un paro petrolero que se extendió hasta convertirse en una huelga indefinida.

Según la página oficial de PDVSA en *Bitácora: Diciembre 2002-abril de 2003*, a principios del año 2003 el gobierno logró controlar PDVSA y la empresa que hasta entonces era privada, se nacionalizó dejando un saldo de 18.756 empleados despedidos de sus cargos, (PDVSA, 2005) Desde ese momento, la oposición se centró en la realización de un Referéndum para revocar el mandato del presidente Chávez. El referéndum se realizó el 15 de agosto, resultando como ganadora la opción del NO con el 59.09%. (Boletín electoral referéndum 15 de agosto de 2004, CNE)

En las elecciones presidenciales del 3 de diciembre de 2006, Chávez fue reelecto para un nuevo periodo con una amplia ventaja, obteniendo 62,84% de los votos frente al 36,90% del candidato de la oposición Manuel Rosales. (Elección Presidencial 2006, CNE) Con esta victoria, Hugo Chávez estaría doce años al frente de la Presidencia de la República.

La periodista de la sección política del diario Últimas Noticias, Mariela Acuña Orta señala que el 10 de junio de 2011, “el gobernante fue intervenido en Cuba de un absceso pélvico” y que posteriormente el 20 de junio “vuelve a ser operado en Cuba de un tumor canceroso”, (2012, p.3) El 30 de junio de ese mismo año, finalmente Chávez anunció que se le había encontrado un tumor cancerígeno en la misma área afectada por el absceso, lo que lo llevó a someterse a diferentes ciclos de quimioterapia en la isla de Cuba. El 21 de febrero del 2012 anunció que sería

nuevamente intervenido, luego de haberse detectado una nueva lesión en la misma zona afectada el año anterior. A pesar de su enfermedad, Chávez volvió a presentarse como candidato para las elecciones del 7 de octubre de ese mismo año.

En las elecciones para el período 2013-2019 que se llevaron a cabo el domingo 7 de octubre de 2012 en Venezuela, el presidente Hugo Chávez fue reelecto para un tercer mandato consecutivo. Según datos del CNE, Hugo Chávez Frías obtuvo 55,08% mientras que su rival Henrique Capriles alcanzó 44,30%. (Presidenciales 2012, CNE)

El 8 de diciembre de 2012, Chávez anunció que había una nueva lesión en el área afectada anteriormente, por lo que viajaría nuevamente a Cuba para someterse a una cuarta operación y mencionó que, en caso de que no superara el cáncer, Nicolás Maduro, Vicepresidente de la República para ese entonces, debía ocupar el cargo de Presidente de la República hasta la convocatoria de unas nuevas elecciones para las que pidió el apoyo popular a Maduro.

Dos meses después de la operación, el presidente Chávez anunció vía Twitter que había regresado a Venezuela el 18 de febrero de 2013. Después de un delicado proceso postoperatorio, la tarde del martes 5 de marzo de 2013, el vicepresidente de Venezuela Nicolás Maduro anunció, en cadena de radio y televisión, el fallecimiento del líder bolivariano a las 4:25 p.m., hora local.

Decenas de mandatarios extranjeros asistieron al funeral de Estado de Hugo Chávez, quien lideró durante 14 años la Revolución Bolivariana. Fuera de la Academia Militar de Caracas, donde fue velado, se reunieron miles de seguidores quienes hicieron largas colas para verlo en capilla ardiente.

#### **4.1.2 Henrique Capriles Radonski**

Nacido en Caracas el 11 de julio de 1972, Henrique Capriles Radonski es un abogado y político venezolano que actualmente desempeña el cargo de gobernador del estado Miranda por segunda vez.

Hijo de Mónica Cristina Radonski Bochenek y Henrique Capriles García, es proveniente de una familia de ascendencia judía, rusa y polaca. Ambas familias están ligadas al sector empresarial y productivo del país, entre los que se cuentan medios de comunicación, industrias, entretenimiento (Cinex), servicios e inmobiliarias. (Elecciones Venezuela, 2013)

Capriles realizó sus estudios de bachiller en el Colegio El Peñón de Caracas y al graduarse cursó estudios de Derecho en la Universidad Católica Andrés Bello, de donde egresó en 1994 como abogado. El CIDOB (2013, p.3), señala que mientras todavía era estudiante, trabajó en el Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria (SENIAT) y realizó algunos cursos en la Agencia

Internacional de Documentación Fiscal en Países Bajos, así como en el Centro Interamericano de Administradores Tributarios en Italia y en Estados Unidos.

En 1997 se especializó en Derecho Económico en su misma casa de estudios, y además inició estudios de postgrado en Derecho Tributario en la Universidad Central de Venezuela. (CIDOB, 2013, p. 3) Trabajó en distintas firmas, específicamente en Nevett & Mezquita Abogados y en Hoet, Peláez, Castillo & Duque; también se encargó de las empresas de la familia. Capriles forma parte de la Asociación Fiscal Internacional, de la Asociación Mundial de Jóvenes Juristas y es miembro activo del Comité de Impuestos de la Cámara Venezolana Americana de Industria y Comercio (Venamcham).

De acuerdo al CIDOB (2013, p.3), entre 1995 y 1998, ocurre su primer acercamiento a la política al participar en la redacción de ciertas leyes con el diputado Armando Capriles, quien además de ser parte de su familia, era miembro de la Comisión Bicameral de Energía y Minas del antiguo Congreso de la República. Ese mismo año, se realizaron las Elecciones Parlamentarias y resultó electo como diputado al Congreso con el apoyo del partido COPEI, momento en el que existía un poder legislativo bicameral.

Posteriormente, pasó a ser presidente de la Cámara de Diputados y vicepresidente del Parlamento por consenso; pero en 1999, a causa de la disolución de este



organismo por la Asamblea Nacional Constituyente, culminaron sus labores en el área legislativa. (CIDOB, 2013, p. 4)

Como parte de su trabajo en la política, en el año 2000 fundó el partido Primero Justicia junto a otros jóvenes, y estuvo a cargo de la Dirección Nacional y de la Coordinación Nacional Adjunta hasta el 2008. Al mismo tiempo participó en las Elecciones Regionales realizadas en el 2000 para ser Alcalde del municipio Baruta, estado Miranda, resultando electo con más de la mitad de los votos. Tras el éxito obtenido, participó nuevamente para la reelección en el 2004 resultando ganador.

Durante su segunda gestión como alcalde, fue privado de libertad por un periodo de cuatro meses tras estar involucrado con el allanamiento a la embajada de Cuba en Caracas durante el golpe de Estado de 2002, que alejó al presidente Hugo Chávez momentáneamente del poder.

Capriles fue acusado por la Fiscalía de la República por haber atentado en contra de principios internacionales luego de que entrara a la Embajada y solicitara a las autoridades cubanas que permitieran la inspección del edificio. Según Ana Vanessa Herrero, periodista del portal Noticias24.com, el embajador de Cuba en el país, Rogelio Polanco Fuentes, indicó que “en aquel momento el Alcalde de Baruta (Capriles Radonski) llegó hasta la embajada e intentó revisar las instalaciones”.

Polanco Fuentes puntualizó que esta acción constituye una violación a las normas internacionales y a la Convención de Viena, que tanto Cuba como Venezuela, han aceptado. Sin embargo, los defensores de Capriles señalaron que la intención era buscar la mediación y evitar situaciones violentas con manifestantes que se encontraban en las afueras de la Embajada.

El periodista Juan Francisco Alonso, explica en el artículo *Absuelven a Capriles Radonski por caso de la embajada de Cuba* del diario El Universal, que Capriles Radonski quedó en libertad después que el Tribunal 17 de Juicio de Caracas “lo absolviera de los delitos de quebrantamiento de principios internacionales y violencia privada que el Ministerio Público le achacó por participar en los sucesos ocurridos frente a la Embajada de Cuba el 12 de abril de 2002”. El caso fue reabierto dos años más tarde.

En marzo de 2008, cuando aún ejercía funciones de alcalde, Capriles Radonski comenzó el lanzamiento en el estado Miranda de su candidatura por la Gobernación de dicha entidad con Primero Justicia, usando el lema: “En Miranda algo bueno va a pasar”. Para esta campaña contó con el apoyo del resto de los partidos opositores. En noviembre de ese año, se llevaron a cabo las elecciones en las que Henrique Capriles resultó ganador con 53,11% de los votos, venciendo al candidato oficialista Diosdado Cabello. (Elecciones Regionales 2008, CNE)

En octubre del 2009, tal como lo señala el portal web del partido político Primero Justicia, Capriles fue denunciado por miembros del Partido Socialista Unido de Venezuela (PSUV):

Por presunta estafa a la nación (evasión de impuestos), ánimo doloso al fisco nacional y corrupción, demanda que fue admitida por la Contraloría General de la República. [...] Los delitos de los cuales se le acusan están relacionados con manejos dudosos de empresas en donde Capriles Radonski es legalmente administrador, a partir de los 18 años, según los documentos de Constitución de dichas compañías.

En el transcurso del año 2011, específicamente el 3 de mayo, Capriles Radonski anunció ante los medios de comunicación la decisión de participar en las elecciones Primarias del 12 de febrero de 2012 de la Mesa de Unidad Democrática. Posteriormente, en el mes de octubre, el Gobernador del estado Miranda presentó el lanzamiento oficial de su candidatura, y el 2 de noviembre la oficializó públicamente con el apoyo de distintos partidos políticos como Primero Justicia, PODEMOS, Patria Para Todos (PPT) y la Causa R. (CIDOB, 2013, p. 6)

El 12 de febrero de 2012, resultó elegido candidato de la Mesa de la Unidad Democrática a las elecciones presidenciales del 7 de octubre de ese año, obteniendo 62,54% de los votos de un total de 3.079.284 (100% de los votos escrutados), según cifras oficiales del Consejo Nacional Electoral. El 6 de junio de 2012 dejó la Gobernación del estado Miranda a cargo a Adriana D'Elia, secretaria de estado, para poder inscribirse ante el CNE como candidato a las elecciones presidenciales.

El 7 de octubre de 2012 Capriles perdió las elecciones frente al Presidente de la República Bolivariana de Venezuela, Hugo Chávez, quien obtuvo 55% del total de los votos, mientras que Capriles consiguió 44,3%. La diferencia de 11% entre Chávez y Capriles fue la menor diferencia entre el presidente reelecto y alguno de los adversarios que le habrían enfrentado en procesos electorales anteriores. Su candidatura habría obtenido la victoria en sólo dos de los 23 estados: Táchira y Mérida. (Divulgación Presidenciales, CNE, 2012)

Días después de la derrota del 7 de octubre, Capriles Radonski decide junto con su equipo político y compañeros de partido, ir a la reelección por la Gobernación de Miranda, cargo para el que se encontraba postulado Carlos Ocariz, candidato ganador de la Mesa de la Unidad Democrática en las primarias de febrero.

El Observatorio Electoral Venezolano, observador nacional acreditado por el CNE, en su informe final sobre las elecciones regionales, señala que:

El 16 de diciembre terminó un proceso electoral que reprodujo la abstención de anteriores procesos de carácter regional. Así, mientras en los comicios presidenciales del pasado 7 de octubre la abstención estuvo alrededor del 20%, en esta ocasión la misma fue ligeramente inferior al 50%. (2012, p.32)

La oposición obtuvo sólo tres gobernaciones; sin embargo, Capriles resultó reelecto venciendo con 51,83% de los votos al candidato oficialista Elías Jaua, quien era vicepresidente de la República antes de asumir la candidatura por la Gobernación de Miranda (Sarabia, 2012).

## **4.2 Análisis de las Representaciones Sociales**

Para dar inicio al análisis del modelo de las representaciones sociales propuesto por Theo Van Leeuwen, aplicado a una muestra de los mensajes publicados en la red social Twitter durante el periodo de la campaña electoral 2012, es necesario aclarar que estos textos están enmarcados dentro del tipo argumentativo, ya que su fin último es convencer o persuadir a los lectores, en este caso los seguidores. Por tanto, se exponen las estrategias de representación social utilizadas por ambos candidatos para identificarse a sí mismos, a sus adeptos y a sus oponentes.

A continuación, en el análisis de cada candidato se presenta un cuadro compuesto por los tweets seleccionados que conforman la muestra. Dichos cuadros están divididos en tres partes, cada una se corresponde a un periodo de la campaña electoral, constituidos por 16 tweets que se tomaron de forma aleatoria, a partir del método probabilístico, de tipo estratificado no proporcional.

#### 4.2.1 Análisis de los tweets emitidos por @chavezcandanga

### Tweets de @chavezcandanga

#### I Periodo (01/07/12 al 01/08/12)

- T1.** Llegó Julio! Pueblo, a la calle! Pueblo mío, a la Batalla de Carabobo! Dios mío, danos salud y vida para conducir a este Pueblo a la Victoria
- T2.** Miren este video!! Chávez es un Pueblo!! Chávez somos millones!! Tú también eres Chávez!! <http://bit.ly/CHPueblo>
- T3.** Buen día, Mundo Patrio! Voy saliendo a Fuerte Tiuna, a la transmisión de mando del CEO y del Ejército BOLIVARIANO! Vivan nuestros Soldados!!
- T4.** Como Jefe de Estado, invito a todos y todas los Venezolanos a respetar al árbitro electoral, el CNE! Y a nuestras instituciones democráticas
- T5.** Venezuela al Mercosur! Eso sí es lo NUEVO! Una NUEVA Venezuela! Una NUEVA Suramérica! Una NUEVA Geopolítica!
- T6.** Ahora los adecos me piden que me separe de la Presidencia! Lo que evidencia su desespero porque el candidato ADECO no sirve! Adeco es adeco!
- T7.** Hago ahora nombramientos de los Altos Mandos Militares: Jefes de Regiones Estratégicas y Jefes de Estados Mayores! Viva La Fuerza Armada Bolivariana!
- T8.** Epa Pueblo de los barrios! Acabo de aprobar 134 millones Bs para continuar con el plan "Barrio Nuevo Barrio Tricolor" Esto sí es LO NUEVO!
- T9.** "Barrio Tricolor": sin costo alguno para las familias beneficiadas! Esto sí es lo NUEVO: el Socialismo!!
- T10.** Por más que te tongonees siempre se te ve el bojote". Nosotros los Patriotas y nuestro Proyecto Nacional "Simón Bolívar", somos LA BUENA NUEVA!
- T11.** Hoy "Los pueblos del mundo unidos por Venezuela", Día de solidaridad con la Revolución Bolivariana"! Bravo!!
- T12.** Gracias hermanas y hermanos del mundo por tanta solidaridad y amor con el pueblo venezolano y la Revolución Bolivariana!! @unidosconvzla
- T13.** Tienen en esta Patria a los hijos e hijas de Bolívar para servirle a la causa humana!! Para construir un mundo multicéntrico y pluripolar!!
- T14.** A 190 años del abrazo de Bolívar y San Martín, nuestros Pueblos retoman su gesta heroica! Venezuela y Argentina: unidos en la Patria Grande!!
- T16.** Otros: mil millones Bs para subsidio pasaje estudiantil, 380 millones Bs para pagar deudas a trabajadores y jubilados sector aeronáutico...!
- T15.** Vive tu vida! Dale Alegría! Escucha bien lo que te estoy diciendo! Chávez Corazón del Pueblo y el Pueblo Corazón de Chávez <http://bit.ly/CHCOr>

## II Periodo (02/08/12 al 02/09/12)

- T17.** Epa mi querido pueblo de Antímamo, parroquia revolucionaria! Allá nos vemos esta tarde! Los que quieran Patria, Vengan conmigo!!
- T18.** Hoy es Día de La Guardia Nacional Bolivariana! Vayan mis palabras de reconocimiento a todos los hombres y mujeres de la Guardia Patriota!
- T19.** Santo Cristo de La Grita!! Te pedimos salud y vida para todo el Pueblo venezolano!! Que tu Buena Nueva siga iluminando esta Patria!!
- T20.** Hoy es Día Internacional de nuestros Pueblos Indígenas! Vaya mi palabra siempre comprometida con los hermanos aborígenes!
- T21.** Patria para los Indios! Patria para las Indias! Viva la Resistencia Indígena! Viviremos y Venceremos!
- T22.** Día Internacional de la Juventud! Vaya mi corazón patriota y mis palabras de reconocimiento y estímulo a la Heroica Juventud Venezolana!
- T23.** Bravo Pastor! Bravo "Speedy"! Tremenda demostración! Gracias, a nombre de nuestro pueblo, de nuestros niños y niñas, de nuestros jóvenes!
- T24.** Buen día, Mundo Patrio! Vean cómo sigue bajando la inflación y ahora crece de nuevo el PIB: 5,4% en el 2do trimestre 2012! Bravo!
- T25.** Y las labores de extinción del fuego en el tanque 203, avanzan en un 75%! Y seguimos con nuestros heroicos bomberos de PDVSA combatiendo!
- T26.** Estoy ahora hablando con el Min. Rafael Ramírez, quien se encuentra a pocos metros de los referidos tanques, comandando las operaciones!
- T27.** Ahora nos concentraremos en el tanque 204, para extinguir completamente el fuego! Con el favor de Dios, saldremos adelante!
- T28.** Compatriotas, convirtamos nuestra participación en el Simulacro en una muestra de confianza y respeto al CNE! Vamos pues, todos a participar!!
- T29.** Felicitaciones al CNE! Felicitaciones a la FANB! Felicitaciones a nuestro Pueblo! Todo un éxito el simulacro electoral! Venceremos!
- T30.** A esta hora podemos decir sin duda que el simulacro electoral ha sido todo un éxito! Tremendo despliegue de la Maquinaria Patriota! Bravo!!
- T31.** Felicito a los Cmdos Carabobo en todo el país, hasta el nivel de los Centros de votación y los Jefes de Patrulla 1x10! Venceremos!
- T32.** Ahora nos toca evaluar con mucho rigor los detalles y posibles fallas, para continuar fortaleciendo nuestra Revolución! Venceremos!

### III Periodo (03/09/12 al 04/10/12)

- T33.** Queridos Servidores Públicos de la Patria! Vaya desde mi Corazón mis Palabras de felicitación y admiración para siempre! <http://bit.ly/ChavezSP>
- T34.** Esta tarde no se pierdan el acto sobre la entrega de bonos PETRO-ORINOCO!! Justicia para la Clase Trabajadora!!
- T35.** Epa mundo bueno! Qué habrán dicho los voceros burgueses acerca de la encuesta de Datanálisis?
- T36.** Hola Mundo alegre! Fue tremenda la reunión de la maquinaria Patria! Vamos a la Campaña Perfecta, a la Batalla Perfecta, a la Victoria Perfecta!
- T37.** Después del desastre que se le viene encima a la oposición el 7-O, ojalá que surja de su seno un verdadero liderazgo Político. Esperamos eso!
- T38.** Maisanta, Virgen del Valle, llena de bendiciones al Pueblo Venezolano todo! Te rendimos tributo quienes luchamos con las banderas de Cristo!
- T39.** Sigo mirando el campo político opositor. De verdad, espero que después de su desastre el 7-Oct, surja un nuevo mapa en la derecha política!
- T40.** Ahora el candidato burgués niega el "paquetazo oculto". Y resulta que firmó el documento que contiene el "paquete neoliberal". No volverán!
- T41.** Hoy es el 4to aniversario de la batalladora Juventud del PSUV! Vamos muchachada Patria: a la Batalla perfecta y a la Victoria Perfecta!
- T42.** Bravo por las Misiones!! Gracias por tanto amor!! Ustedes son lo Nuevo de la Patria!! Gracias hermanos y hermanas. #MisionesConCHAVEZ
- T43.** Iniciada la ofensiva #DeSabanetaAMiraflores!! Las fuerzas llaneras revolucionarias desplegadas!! Los Llanos Corazón de Chávez!!
- T44.** Hacia la Victoria Perfecta del 7-O #DeSabanetaAMiraflores! Mañana les corresponde a los Jirajara. Luego los Guaros y Guaras! Victoria Patriótica!
- T45.** Maracay de mis recuerdos! Maracay Rebelde, la del 4F! Mañana junto a ustedes gritaremos: En Maracay y en toda Venezuela Gana Chávez el 7-O!!
- T46.** Carabobo la de la Independencia!! Carabobo la de la Batalla Perfecta!! Las calles de Valencia serán ríos de Pueblo y Amor Patrio! Venceremos!
- T47.** A mis tres millones y medio de seguidores, muchísimas gracias! Sigamos adelante! Viva La Patria!
- T48.** Y mañana Jueves 4 de Octubre, la Avalancha Patriótica llega a Caracas! Rumbo a la Gran Victoria del domingo 7! Vamos Venezuela!



De acuerdo a las estructuras sociosemánticas propuestas por Van Leeuwen para la representación de los actores sociales se logró identificar en las unidades gramaticales las distintas estrategias utilizadas por el candidato Hugo Chávez a lo largo de su discurso publicado a través de Twitter, las cuales reflejan el conocimiento social de éste sobre los grupos involucrados en la contienda electoral.

En primer lugar es necesario nombrar al presidente Chávez como actor social en el discurso político, ya que se representa a sí mismo 24 veces en la categoría del YO utilizando el pronombre posesivo “mío”, la conjugación de verbos en la primera persona del plural (“viviremos”, “vamos”) y su nombre propio (“Chávez”).

Entre las estrategias de representación social descritas por Van Leeuwen se pueden observar asignación de roles por activación y posesivación (T1, T17, T20, T45, T47), donde el candidato oficialista se coloca como una fuerza movilizadora de la acción, ya que llama a sus seguidores, entendidos como “pueblo” a participar en diversas actividades en apoyo a su candidatura. Además en algunos de los tweets enumerados, Chávez habla de sus experiencias (“mis recuerdos”), agradece el apoyo de sus seguidores en Twitter y da sus palabras de reconocimiento como líder de la Revolución a los distintos grupos que forman parte de la población venezolana, haciendo mención especial a los pueblos indígenas. Dichas estrategias se ejemplifican en los siguientes tweets:

- ✓ **T1** - Llegó Julio! Pueblo, a la calle! Pueblo mío, a la Batalla de Carabobo! Dios mío, danos salud y vida para conducir a este Pueblo a la Victoria
- ✓ **T17** - Epa mi querido pueblo de Antímano, parroquia revolucionaria! Allá nos vemos esta tarde! Los que quieran Patria, Vengan conmigo!!

Otra de las estrategias presentes en el discurso es la asociación (T19, T21, T28, T36, T38). Aquí el candidato del Gobierno incorpora varios términos (“viviremos y venceremos”, “compatriotas”) que denotan una agrupación por circunstancias o acciones determinadas referidas a un sector político e ideológico que apoya la Revolución Bolivariana, comandada por Hugo Chávez. Tal es el caso de los siguientes tweets:

- ✓ **T21** - Patria para los Indios! Patria para las Indias! Viva la Resistencia Indígena! Viviremos y Venceremos!
- ✓ **T28** - Compatriotas, convirtamos nuestra participación en el Simulacro en una muestra de confianza y respeto al CNE! Vamos pues, todos a participar!!

La tercera estrategia más utilizada es la funcionalización (T4, T7, T8, T18, T31): Chávez se presenta en el discurso a través de las funciones que ejerce como jefe de Estado. En estos tweets, el Presidente hace nombramientos en el Alto Mando Militar, informa sobre aprobación de recursos y hace llamados de atención. También cumple su rol como candidato del oficialismo y en pleno desarrollo de la campaña electoral enaltece la labor de su comando de campaña, el Comando Carabobo. Esto se ve evidenciado en:

- ✓ **T4** - Como Jefe de Estado, invito a todos y todas los Venezolanos a respetar al árbitro electoral, el CNE! Y a nuestras instituciones democráticas
- ✓ **T8** - Epa Pueblo de los barrios! Acabo de aprobar 134 millones Bs para continuar con el plan "Barrio Nuevo Barrio Tricolor" Esto sí es LO NUEVO!

Por otro lado, el YO de Chávez está sobredeterminado a través de la simbolización (T2, T15, T43, T45), ya que usa su nombre como instrumento de unión y masificación, es decir, “Chávez” deja de ser un nombre para pasar a ser un vínculo de pertenencia entre el Presidente, su ideal político y los seguidores de su proyecto de gobierno (“Chávez es un pueblo”, “Chávez corazón del pueblo”). Tal es el caso de:

- ✓ **T2** - Miren este video!! Chávez es un Pueblo!! Chávez somos millones!! Tú también eres Chávez!! <http://bit.ly/CHPueblo>
- ✓ **T43** - Iniciada la ofensiva #DeSabanetaAMiraflores!! Las fuerzas llaneras revolucionarias desplegadas!! Los Llanos Corazón de Chávez!!

Igualmente en el YO de Chávez, desde lo propuesto por Van Leeuwen, se puede identificar la estrategia de la impersonalización por somatización (T15, T22), en la cual el actor social se presenta a través de sustantivos abstractos, en este particular se refiere a una parte de su cuerpo: el corazón, esto con el objetivo de apelar en su discurso a las emociones de sus adeptos, estrechando los lazos de lealtad a su proyecto político. Además, busca

sensibilizar a la ciudadanía que lo adversa ante el escenario de su estado de salud y ganarlos a su causa, tal como se observa en las siguientes unidades gramaticales:

- ✓ **T15** - Vive tu vida! Dale Alegría! Escucha bien lo que te estoy diciendo! Chávez Corazón del Pueblo y el Pueblo Corazón de Chávez <http://bit.ly/CHCor>
- ✓ **T22** - Día Internacional de la Juventud! Vaya mi corazón patriota y mis palabras de reconocimiento y estímulo a la Heroica Juventud Venezolana!

Chávez también utiliza la activación por pasivación (T3, T6) donde se representa como el actor social en el cual recaen las acciones, por ejemplo:

- ✓ **T3** - Buen día, Mundo Patrio! Voy saliendo a Fuerte Tiuna, a la transmisión de mando del CEO y del Ejército BOLIVARIANO! Vivan nuestros Soldados!!
- ✓ **T6** - Ahora los adecos me piden que me separe de la Presidencia! Lo que evidencia su desespero porque el candidato ADECO no sirve! Adeco es adeco!

Finalmente se detectan sustantivos de masas para denominar a su grupo de seguidores, quienes están identificados y distinguidos del resto de la población venezolana. Esto se corresponde a la estrategia de inclusión por asimilación y colectivización (T2), ejemplificados en:

- ✓ **T2** - Miren este video!! Chávez es un Pueblo!! Chávez somos millones!! Tú también eres Chávez!! <http://bit.ly/CHPueblo>

Estas estrategias implican que el presidente y candidato a la reelección, Hugo Chávez, se manifiesta como un actor activo y que tiene un efecto directo sobre otros actores que también se representan en el discurso. Las estrategias utilizadas por Hugo Chávez para representarse a sí mismo en este discurso, indican que su intención es poner en manifiesto su rol de líder indiscutible e imprescindible de la Revolución Bolivariana y defensor del Socialismo del Siglo XXI, además de resaltar la importancia de su reelección a la presidencia para la consecución de su proyecto político.

- ✓ **T9** - ‘Barrio Tricolor’: sin costo alguno para las familias beneficiadas! Esto sí es lo NUEVO: el Socialismo!!

El NOSOTROS de este discurso se manifiesta a través de diferentes términos que indican a que actor social dentro de esta categoría se está refiriendo el candidato Hugo Chávez. Alguno de los términos que se utiliza son “patriotas” (T10, T18, T22, T30) “mundo patrio” (T3, T24), “mundo bueno” (T35), “mundo alegre” (T36). Este primer grupo de términos representa al NOSOTROS de aquellos que, dentro y fuera del país, siguen y respaldan el programa político del presidente Chávez. Como se observa en:

- ✓ **T30** - A esta hora podemos decir sin duda que el simulacro electoral ha sido todo un éxito! Tremendo despliegue de la Maquinaria Patriota! Bravo!!
- ✓ **T35** - Epa mundo bueno! Qué habrán dicho los voceros burgueses acerca de la encuesta de Datanálisis?
- ✓ **T36** - Hola Mundo alegre! Fue tremenda la reunión de la maquinaria Patria! Vamos a la Campaña Perfecta, a la Batalla Perfecta, a la Victoria Perfecta!

Otro término que se destaca en el discurso emitido a través de la cuenta @chavezcandanga es el sustantivo “pueblo” (T1, T2, T8, T12, T15, T17, T19, T23, T29, T38, T46). Esta palabra es una de las más usadas dentro del discurso del presidente Chávez, tanto en la red social Twitter como en otros espacios comunicacionales. Esto se ejemplifica en los siguientes tweets:

- ✓ **T12** - Gracias hermanas y hermanos del mundo por tanta solidaridad y amor con el pueblo venezolano y la Revolución Bolivariana!! @unidosconvzla
- ✓ **T17** - Epa mi querido pueblo de Antímano, parroquia revolucionaria! Allá nos vemos esta tarde! Los que quieran Patria, Vengan conmigo!!
- ✓ **T29** - Felicitaciones al CNE! Felicitaciones a la FANB! Felicitaciones a nuestro Pueblo! Todo un éxito el simulacro electoral! Venceremos!

Según el diccionario de la Real Academia Española (2001, 22<sup>a</sup> edición), pueblo hace referencia a la “gente común y humilde de una población”; en consecuencia, cuando

Chávez hace uso de esta palabra es para referirse a los grupos de las clases sociales más bajas del país, quienes han mostrado mayor simpatía con el candidato a la reelección y sus políticas de gobierno.

Con menor frecuencia se presenta el NOSOTROS referido a toda Venezuela desde el rol que tiene Chávez como jefe de Estado. Los términos que utiliza son: “Venezuela” (T5, T11, T14, T45, T48) y “venezolanos” (T4), ejemplo:

- ✓ **T5** - Venezuela al Mercosur! Eso sí es lo NUEVO! Una NUEVA Venezuela! Una NUEVA Suramérica! Una NUEVA Geopolítica!
- ✓ **T4** - Como Jefe de Estado, invito a todos y todas los Venezolanos a respetar al árbitro electoral, el CNE! Y a nuestras instituciones democráticas

Las estrategias de representación social que se identificaron en los 42 tweets donde se hace presente el NOSOTROS y que abarca a los dos grupos anteriormente señalados son identificación por clasificación (T3, T8, T17, T18, T20, T21, T22, T25, T41, T44, T45, T46), donde los actores sociales fueron definidos por su ubicación demográfica. Por ejemplo, está la utilización de las composiciones “pueblos de los barrios”, “parroquia revolucionaria”. Se observa que esta combinación de palabras responde a una estrategia por parte de Chávez para proyectar que los todos los grupos sociales de las zonas populares respaldan su gestión de gobierno. Dicho método se refleja en los siguientes tweets:

- ✓ **T3** - Buen día, Mundo Patrio! Voy saliendo a Fuerte Tiuna, a la transmisión de mando del CEO y del Ejército BOLIVARIANO! Vivan nuestros Soldados!!
- ✓ **T25** - Y las labores de extinción del fuego en el tanque 203, avanzan en un 75%! Y seguimos con nuestros heroicos bomberos de PDVSA combatiendo!

También se representa al actor social a través de la asignación de roles por pasivación (T1, T12, T15, T24, T34, T35, T36). En esta categoría, la acción de Chávez recae sobre el pueblo o sus seguidores; es decir, son los receptores o beneficiarios de los actos de Chávez, tal como se ve en:

- ✓ **T24** - Buen día, Mundo Patrio! Vean cómo sigue bajando la inflación y ahora crece de nuevo el PIB: 5,4% en el 2do trimestre 2012! Bravo!
- ✓ **T34** - Esta tarde no se pierdan el acto sobre la entrega de bonos PETRO-ORINOCO!! Justicia para la Clase Trabajadora!!

Igualmente hay representación por asociación (T10, T32, T43, T45, T48), donde Chávez agrupa a los actores sociales por acciones determinadas, como por ejemplo:

- ✓ **T43** - Iniciada la ofensiva #DeSabanetaAMiraflores!! Las fuerzas llaneras revolucionarias desplegadas!! Los Llanos Corazón de Chávez!!



También se observa la asignación de roles por activación participación (T28, T29, T30, T31). En esta estrategia el candidato del gobierno presenta a los actores sociales en primer plano como protagonistas del hecho. Esto se observa en:

- ✓ **T31** - Felicito a los Cmdos Carabobo en todo el país, hasta el nivel de los Centros de votación y los Jefes de Patrulla 1x10! Venceremos!

En la asimilación por agregación (T2, T47), Chávez busca legitimar con cifras a su grupo de seguidores, un ejemplo de esto es el T47: “A mis tres millones y medio de seguidores, muchísimas gracias! Sigamos adelante! Viva La Patria!”

En menor frecuencia se localizan estrategias como: la identificación relacional (T17, T41), nominación por rango (T23, T26) y por último sobredeterminación por simbolización (T13). Todas las estrategias enumeradas anteriormente señalan que Chávez agrupa a sus simpatizantes y los denomina para identificarlos claramente, además se incluye a sí mismo dentro de dichos grupos (“nosotros los patriotas”).

Por otro lado, cuantifica sustantivos de masa para legitimar a sus seguidores, ejemplo: “Chávez somos millones”. En algunas ocasiones manifiesta a sus seguidores como protagonistas del hecho que tienen un papel activo en diversas acciones de índole político y social (“tremendo despliegue de la maquinaria patriota”). Con menor frecuencia se observa

que Chávez hace una sobredeterminación por simbolización, al relacionar a sus simpatizantes con personajes históricos, por ejemplo: “los hijos e hijas de Bolívar”.

Hay que resaltar que en la representación social de los actores, la categoría NOSOTROS tiene mayor peso en el discurso político de Chávez a través de Twitter. En la representación del NOSOTROS, Chávez también se incluye pero en un segundo plano, es decir, nunca está ausente en el discurso para consolidarse como líder y motor de la Revolución Bolivariana.

Por último, se encuentra la categoría ELLOS, representada por sólo seis tweets de la muestra seleccionada, lo que indica que el presidente Chávez omite a sus oponentes en gran parte de su discurso a través de la cuenta @chavezcandanga. La única estrategia de inclusión encontrada responde a la nominación por pseudotítulos (T35, T37, T39, T40) entre los cuales se encuentran “voceros burgueses”, “la oposición”, “campo opositor”, “derecha política” y “candidato burgués”. Esto evidencia que Chávez no hace mención directa a sus oponentes políticos y no los reconoce como individuos aislados. Tal como se observa en las siguientes unidades de análisis:

- ✓ **T39** - Sigo mirando el campo político opositor. De verdad, espero que después de su desastre el 7-Oct, surja un nuevo mapa en la derecha política!
- ✓ **T40** - Ahora el candidato burgués niega el "paquetazo oculto" .Y resulta que firmó el documento que contiene el "paquete neoliberal". No volverán!

Las estrategias de exclusión utilizadas por el candidato a la reelección fueron: backgrounding (T6) y supresión (T10). Estas responden a una acción propagandística que busca desplazar u omitir la presencia del contendor político. Utilizando el backgrounding, Chávez coloca en segundo plano al candidato Henrique Capriles al referirse a él como “candidato adeco”, aunque no lo menciona directamente se puede inferir de quien está hablando. En otra ocasión el presidente Chávez busca reducir el número de veces que se refiere explícitamente al actor social ELLOS, por lo que suprime al candidato opositor en el T10:

- ✓ **T10** - "Por más que te tongonees siempre se te ve el bojote". Nosotros los Patriotas y nuestro Proyecto Nacional "Simón Bolívar", somos LA BUENA NUEVA!

Esta construcción gramatical es una expresión popular que significa “no trates de engañar, que te conocemos muy bien”; es decir, que el candidato oficialista se refiere implícitamente a su contendor y lo acusa de mentir sobre sus ofertas políticas a los venezolanos. A esta oración, también se le puede dar una connotación ofensiva, ya que al utilizar el término “tongonees” se puede asociar a una acción femenina, poniendo en duda la identidad sexual del candidato opositor.

Finalmente, hay que destacar que el candidato a la reelección no incluye en la categoría ELLOS a los ciudadanos que adversan los ideales políticos que profesa Hugo Chávez y la

Revolución Bolivariana, por lo que su discurso se puede definir como excluyente de aquellos que no comparten sus ideales políticos.

Luego de haber analizado las estrategias de representación social en los tweets emitidos por Hugo Chávez, las categorías *ingroups* y *outgroups* de los actores sociales quedan definidas en función del rol que este representa como actor político a través de Twitter. El primer rol, es el de Presidente de la República Bolivariana de Venezuela en ejercicio de sus funciones, y el segundo es el de candidato para ejercer el mismo cargo durante el período 2013-2019. Este doble rol es constitucional y se ampara en el artículo 229 de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, el cual reza textualmente:

No podrá ser elegido presidente o presidenta de la República quién esté en el ejercicio del cargo de Vicepresidente Ejecutivo o Vicepresidenta Ejecutiva, Ministro o Ministra, Gobernador o Gobernadora, y Alcalde o Alcaldesa, en el día de su postulación o en cualquier momento entre esta fecha y la elección.

El postulado anterior excluye cualquier impedimento para ejercer ambos roles al Presidente de la República en ejercicio. Sobre la base de lo mencionado, las categorías grupales que se representan en @chavezcandanga, se determinan de la siguiente manera: los *ingroups*, que abarca el YO de Hugo Chávez como líder del Gobierno y como candidato del oficialismo; el NOSOTROS de aquellos que apoyan su gobierno y su candidatura, y el NOSOTROS dirigido a todo el país desde su posición de Presidente. Por último, los *outgroups*: formado por el ELLOS, que se refiere específicamente a los líderes de oposición y su candidato.

Por otro lado, se observa que la línea temporal de publicación de tweets del candidato Chávez se corresponde con las etapas de una campaña electoral de acuerdo a los postulados de Diamond y Bates. (c.p. Linares y Zavala, 1999) Esto demuestra que el contenido de los mensajes publicados en la cuenta @chavezcandanga cumplen con un objetivo electoral en consonancia con los lineamientos políticos trazados por el comando de campaña del presidente Chávez.

Los tweets publicados al inicio del periodo de investigación se vinculan con la etapa de identificación, en la que el candidato deja claro su nombre en el electorado. Esto se ejemplifica en el T2: “(...) Chávez es un Pueblo!! Chávez somos millones!! Tú también eres Chávez!!!”.

Otra etapa que se puede visualizar es la de ataque. El discurso de Chávez a través de Twitter se caracteriza por suprimir o ignorar a su contendor, y en las unidades gramaticales en las que hace referencia a Capriles, lo hace de forma implícita. Si bien el patrón de su discurso en Twitter no se caracteriza por pertenecer a la etapa del ataque, sí se observa que cada vez que se hace referencia al candidato opositor es para atacarlo. Por ejemplo en el T40 (“Ahora el candidato burgués niega el paquetazo oculto. Y resulta que firmó el documento del paquetazo neoliberal. No volverán!”); donde Chávez vincula a su contrincante con supuestas medidas económicas que perjudicarían al país para restarle simpatizantes.

Las etapas de argumentación y reflexión son las más evidentes en los tweets de Chávez durante el periodo de campaña electoral. Los hechos o logros de la llamada revolución bolivariana conforman los temas de importancia tocados por el candidato oficialista en la mayor parte del discurso. Igualmente se observa la presencia de la palabra “Venceremos” en varias ocasiones, lo que refleja en tweets como el T37 (“Después del desastre que se le viene encima a la oposición el 7-O, ojalá que surja de su seno un verdadero liderazgo Político. Esperamos eso!”) la confianza que Chávez quería transmitir antes de su victoria.

En esta etapa de reflexión, el candidato oficialista se muestra seguro y victorioso con el propósito de tranquilizar y darles mayor seguridad a sus seguidores, mientras que desalienta a quienes lo adversan para que se abstengan de votar. Ejemplo T48: “Y mañana 4 de octubre, la avalancha Patriótica llega a Caracas! Rumbo a la victoria del domingo 7”.

#### 4.2.2 Análisis de los tweets emitidos por @hcapriles

### Tweets de @hcapriles

#### I Periodo (01/07/12 al 01/08/12)

- T1.** Haga en su comunidad, en su Edo, una lista de promesas incumplidas, obras sin culminar, no perderemos tiempo, nos tocará hacer lo que no se hizo
- T2.** Donde esté un venezolano que nos necesite, ahí estaremos para tenderle la mano! #HayUnCamino que comienza el #7O!
- T3.** Ya el discurso gastado del Candidato Chávez no le hace coquito a nadie, que se vaya preparando para entregar el Gobierno el 10Ene 2013
- T4.** El culillo del Gobierno y su candidato es libre! Nosotros enfocados en la victoria 7Oct y en solucionar los problemas de nuestro pueblo!
- T5.** Hagan lo que hagan, traten de intimidar, de hostigar, a este Gobierno se le acabó su tiempo, vienen millones de votos por el Progreso!
- T6.** Estoy convencido del talento de nuestro pueblo. Cada persona con la que me cruzo en este camino forma parte de la Venezuela del Progreso
- T7.** El candidato del afiche tendrá q seguir criticándose a sí mismo pq en cada región va a ver sus promesas incumplidas, el fracaso de su gestión
- T8.** Ustedes son la fuerza del futuro y acá estoy comprometido con cada venezolano, piense como piense, todos son importantes!
- T9.** Vamos a trabajar con todos los Gobernadores y Alcaldes del país, sin importar su partido, apoyarlos en el fortalecimiento de los cuerpos policiales
- T10.** Fuimos sometidos a una nueva cadena “show” esta vez con la intención de tapan el fracaso
- T11.** En cada pueblo que llegamos nos dicen que se cansaron de las mentiras del Gobierno y su candidato, acá estamos para asumir el compromiso de hacer todo lo que no se hizo y más
- T12.** Hay algunos que quedaron para contar malos chistes, para insultar, para reciclar promesas, se les acabó el tiempo, llegó la hr del futuro!
- T13.** Mi compromiso con el pueblo Zuliano, tendrán en mi un Presidente que les cumpla, un aliado, un amigo, un hermano! Que viva el Zulia!
- T16.** Me dicen de que acaban de decir una gran verdad: A los venezolanos no les robarán su futuro! Así es este Gobierno finaliza su etapa el 7°
- T15.** Diga lo que diga este Gob y su candidato del pasado, el legado de nuestro Libertador Simón Bolívar es de todos y nunca será de un determinado partido político, Arriba Bolívar!
- T14.** La Venezuela de futuro y progreso, nos convoca a todos, requiere del concurso de todos, es para todos! Atrás quedará este presente desfasado

## II Periodo (02/08/12 al 02/09/12)

- T33.** Vivienda, servicios, espacios públicos y vialidad, vinculándolos con la salud, educación, empleo y seguridad #ConstruyendoJuntos
- T34.** El 7O no sólo vamos a elegir un nuevo Presidente, vamos a votar por el futuro! Empleo, seguridad, educación, salud, vivienda, Arriba Lara!
- T35.** Tenemos un compromiso con todas nuestras mujeres para que vivan tranquilas, seguridad, educación, protección y oportunidades para sus hijos
- T36.** Cada vez más vzlanos se quitan la camisa roja y se ponen la tricolor! Vzla está despertando porque sabe que puede tener un Futuro mejor!
- T37.** El candidato del Gobierno habla y habla, sólo insulta y amenaza! Ni una sola propuesta para solucionar los problemas de nuestro Pueblo
- T38.** La esperanza siempre derrota al miedo, a los violentos! La fuerza del Progreso es indetenible! Que viva el Pueblo de Puerto Cabello!
- T39.** Nadie me sacará del camino de construir el país que soñamos! Estoy acá para servir y defender al pueblo venezolano y así será siempre!
- T40.** Como se nota que el candidato del Gob vive otra realidad, por eso su plan de Gobierno es la paz planetaria y salvar la especie humana
- T41.** Sea serio y responsable @chavezcandanga Deje de mentirle a los vzlanos sobre nuestras propuestas usando recursos que son de todos
- T42.** Hay 2 opciones pero hay un solo camino! Los derrotados el 7O serán los enquistados en el poder, no el pueblo! Viene una Vzla para todos x igual
- T43.** El candidato del Gob sabe que todo cambió, que los números cambiaron, que el país busca algo nuevo, 14 años, suficiente! Toca futuro!
- T44.** A los coberos y a los que prometen y no cumplen no se les puede creer lo que dicen. Ponen siempre primeras piedras y nunca soluciones!
- T45.** El Gob y su candidato desesperados tratando de sembrar miedo al pueblo, los que tienen miedo son ellos. El voto es secreto! Votemos sin miedo
- T46.** El candidato Chávez que se vaya preparando para asumir su derrota ,el pueblo hablará con contundencia el 7O y nadie lo salva de eso
- T47.** Todos los ciclos se cierran, este ya termina con 14años, viene uno nuevo y mejor donde todos somos necesarios! Hacer las cosas bien!
- T48.** Está escrito: ganó David. El otro candidato fue un gran contendor que abusó de su poder, su ciclo terminó. Viene el futuro! Llegó la hr!



### III Periodo (03/09/12 al 04/10/12)

- T33.** Vivienda, servicios, espacios públicos y vialidad, vinculándolos con la salud, educación, empleo y seguridad #ConstruyendoJuntos
- T34.** El 7O no sólo vamos a elegir un nuevo Presidente, vamos a votar por el futuro! Empleo, seguridad, educación, salud, vivienda, Arriba Lara!
- T35.** Tenemos un compromiso con todas nuestras mujeres para que vivan tranquilas, seguridad, educación, protección y oportunidades para sus hijos
- T36.** Cada vez más vzlanos se quitan la camisa roja y se ponen la tricolor! Vzla está despertando porque sabe que puede tener un Futuro mejor!
- T37.** El candidato del Gobierno habla y habla, sólo insulta y amenaza! Ni una sola propuesta para solucionar los problemas de nuestro Pueblo
- T38.** La esperanza siempre derrota al miedo, a los violentos! La fuerza del Progreso es indetenible! Que viva el Pueblo de Puerto Cabello!
- T39.** Nadie me sacará del camino de construir el país que soñamos! Estoy acá para servir y defender al pueblo venezolano y así será siempre!
- T40.** Como se nota que el candidato del Gob vive otra realidad, por eso su plan de Gobierno es la paz planetaria y salvar la especie humana
- T41.** Sea serio y responsable @chavezcandanga Deje de mentirle a los vzlanos sobre nuestras propuestas usando recursos que son de todos
- T42.** Hay 2 opciones pero hay un solo camino! Los derrotados el 7O serán los enquistados en el poder, no el pueblo! Viene una Vzla para todos x igual
- T43.** El candidato del Gob sabe que todo cambió, que los números cambiaron, que el país busca algo nuevo, 14 años, suficiente! Toca futuro!
- T44.** A los coberos y a los que prometen y no cumplen no se les puede creer lo que dicen. Ponen siempre primeras piedras y nunca soluciones!
- T45.** El Gob y su candidato desesperados tratando de sembrar miedo al pueblo, los que tienen miedo son ellos. El voto es secreto! Votemos sin miedo
- T46.** El candidato Chávez que se vaya preparando para asumir su derrota ,el pueblo hablará con contundencia el 7O y nadie lo salva de eso
- T48.** Está escrito: ganó David. El otro candidato fue un gran contendor que abusó de su poder, su ciclo terminó. Viene el futuro! Llegó la hr!
- T47.** Todos los ciclos se cierran, este ya termina con 14años, viene uno nuevo y mejor donde todos somos necesarios! Hacer las cosas bien!

En cuanto al candidato de la oposición Henrique Capriles Radonski, la representación social del YO está claramente definida e identificada en 28 tweets de la muestra seleccionada. Este actor social se representa a si mismo utilizando los pronombres personales “yo”, el pronombre reflexivo “me”, el adjetivo posesivo “mi” y la conjugación de verbos en la primera persona del plural (“vamos”, “estaremos”, “trabajaremos”)

Según el modelo de las representaciones sociales de Van Leeuwen, en la categoría del YO, se encontró principalmente la estrategia de inclusión por asociación (T1, T2, T4, T9, T10, T11, T20, T23, T26, T31, T34, T35, T47). Con el uso de esta estrategia el candidato Capriles Radonski se representa a sí mismo a través de su equipo de trabajo para dar a conocer su plan de gobierno, y por otro lado crea un vínculo con sus simpatizantes para demostrar que hay otra fuerza política en el país. Un ejemplo de esto, son los tweets:

- ✓ **T2-** Donde esté un venezolano que nos necesite, ahí estaremos para tenderle la mano! #HayUnCamino que comienza el #7O!
- ✓ **T4 -** El culillo del Gobierno y su candidato es libre! Nosotros enfocados en la victoria 7Oct y en solucionar los problemas de nuestro pueblo!
- ✓ **T9 -** Vamos a trabajar con todos los Gobernadores y Alcaldes del país, sin importar su partido, apoyarlos en el fortalecimiento de los cuerpos policiales

Otra de las estrategias utilizadas, es la de asignación de roles por activación y participación (T6, T16, T17, T19, T24, T27, T29, T30, T32), donde Capriles se coloca como protagonista del hecho con un papel activo y en primer plano. Un ejemplo de ello es “Yo como presidente me pondré al frente del problema de la inseguridad”, en la cual el candidato ejecutaría la acción en caso de ganar. Además, se observa la posesivación (T6, T13, T16, T19, T22, T24, T32, T27, T39) a través del uso frecuente de la frase “mi compromiso”. Esta estrategia se visualiza en:

- ✓ **T6** - Estoy convencido del talento de nuestro pueblo. Cada persona con la que me cruzo en este camino forma parte de la Venezuela del Progreso
- ✓ **T16** - Me dicen de que acaban de decir una gran verdad: A los venezolanos no les robarán su futuro! Así es este Gobierno finaliza su etapa el 7°
- ✓ **T24** - Vienen tiempos mejores para nuestros hospitales, para nuestros trabajadores de la salud. Mi compromiso con la vida de los venezolanos!

Estas tres estrategias de representación social empleadas por Henrique Capriles para presentarse a sí mismo en el discurso, indican que éste busca definir de forma clara su personalidad como líder de la oposición y diferenciarla de su contendor. Además busca darse a conocer ante sus seguidores como la mejor salida hacia una nueva forma de gobierno.

En el discurso emitido a través de la cuenta @hcapriles la categoría del NOSOTROS es la que más se ve representada con un total de 42 tweets. Capriles

utiliza cuatro términos principales para diferenciar a que actor social dentro esta categoría está representando en su discurso. Estos términos son: “pueblo”, “todos”, “venezolanos” y “Venezuela”.

Henrique Capriles utiliza la palabra “pueblo” (T4, T6, T11, T13, T18, T21, T22, T28, T39, T42, T45, T46) para dirigirse específicamente a sus simpatizantes. Al mismo tiempo, trata de incluir a las clases populares que se autodenominan como pueblo dentro del conglomerado de la oposición venezolana, que generalmente se caracteriza por pertenecer a las clases medias y altas del país, tal como se visualiza en las siguientes unidades de análisis:

- ✓ **T13** - Mi compromiso con el pueblo Zuliano, tendrán en mi un Presidente que les cumpla, un aliado, un amigo, un hermano! Que viva el Zulia!
- ✓ **T18** - Como lo dice nuestro Pueblo en cada visita, llegó la hora de lo nuevo! De algo mejor! Ya este Gobierno y su candidato son el pasado!

Igualmente está presente en su discurso el término “Venezuela” (T6, T14, T19, T30) para hacer referencia a sus seguidores, ejemplo de ello son los siguientes tweets:

- ✓ **T19** - La Venezuela de futuro y progreso, nos convoca a todos, requiere del concurso de todos, es para todos! Atrás quedará este presente desfasado
- ✓ **T30** – Yo no quiero trabajadores serviles a mi persona, yo quiero trabajadores que estén al servicio de nuestra Venezuela y así será pronto.

Por otro lado, Capriles utiliza el gentilicio “venezolanos” (T16, T24, T28, T29, T31, T39) para presentar en su discurso a toda la población del país sin distinción política ni de ninguna otra índole. Esta estrategia se ve reflejada en:

- ✓ **T24** - Vienen tiempos mejores para nuestros hospitales, para nuestros trabajadores de la salud. Mi compromiso con la vida de los venezolanos!
- ✓ **T28** - Mi Gob no será cómplice de la guerrilla ni del narcotráfico. Defenderemos la vida de los venezolanos! Nuestro pueblo merece vivir tranquilo.

Por último, el candidato opositor emplea el término “todos” (T8, T9, T14, T15, T17, T29, T31, T41, T24, T47) para representar de forma implícita y enfática a aquellos venezolanos que lo adversan como sujetos incluidos dentro de su grupo de simpatizantes y de su propuesta de programa de gobierno. Tal como se observa en:

- ✓ **T8** - Ustedes son la fuerza del futuro y acá estoy comprometido con cada venezolano, piense como piense, todos son importantes!
- ✓ **T9** - Vamos a trabajar con todos los Gobernadores y Alcaldes del país, sin importar su partido, apoyarlos en el fortalecimiento de los cuerpos policiales
- ✓ **T14** - La Venezuela de futuro y progreso, nos convoca a todos, requiere del concurso de todos, es para todos! Atrás quedará este presente desfasado

En relación a las estrategias utilizadas para representar a los actores sociales dentro de la categoría NOSOTROS, Capriles usó principalmente la asociación (T15, T20, T23, T26, T28, T35, T41) colocándose en un segundo plano para crear un sentido de pertenencia con el grupo que está representando y consolidar un equipo que trabaje en cumplir las promesas de su gobierno. Como por ejemplo:

- ✓ **T15** - Diga lo que diga este Gob y su candidato del pasado, el legado de nuestro Libertador Simón Bolívar es de todos y nunca será de un determinado partido político, Arriba Bolívar!
- ✓ **T23** - 14 años en el poder, perdieron la conexión con la realidad de los pueblos, ya no pueden ofrecer nada más, sino promesas y meternos coba!

Otra estrategia bastante utilizada por el candidato de la Mesa de la Unidad es la pasivación por beneficiación (T1, T4, T10, T28, T39), donde Capriles representa a los actores sociales (en este caso los venezolanos) como receptores de las acciones que él califica como negativas en relación a la gestión de gobierno actual y las acciones positivas relacionadas con su plan de gobierno. Esto se observa en los siguientes tweets:

- ✓ **T10** - Fuimos sometidos a una nueva cadena “show” esta vez con la intención de tapar el fracaso de este gobierno en torno a la producción nacional
- ✓ **T39** - Nadie me sacará del camino de construir el país que soñamos! Estoy acá para servir y defender al pueblo venezolano y así será siempre!

En el discurso emitido por Capriles Radonski también se encuentra la representación por activación y participación (T1, T11, T21, T32, T34): en esta categoría Capriles se representa junto a su equipo de trabajo y sus seguidores en primer plano, como protagonistas de las acciones que se llevan y se llevarán a cabo en el país. (“El 7-O no sólo vamos a elegir un nuevo Presidente, vamos a votar por el futuro!”)

Además de las estrategias mencionadas anteriormente, en los mensajes emitidos por la cuenta @hcapriles también se encontraron en menor medida las estrategias de la clasificación (T18, T16, T17, T19, T24), en la cual el candidato presenta los actores sociales a través del grupo demográfico al que pertenecen. (“Mi compromiso con el pueblo Zuliano, tendrán en mi un Presidente que les cumpla, un aliado, un amigo, un hermano! Que viva el Zulia!”)

Igualmente el candidato de la oposición utilizó la indeterminación (T3) representando los actores sociales como individuos anónimos (“Ya el discurso gastado del Candidato Chávez no le hace coquito a nadie, que se vaya preparando para entregar el Gobierno el 10Ene 2013”), asimilación por agregación (T5) donde Capriles cuantifica los grupos para legitimarlos (“lo que hagan, traten de intimidar, de hostigar, a este Gobierno se le acabó su tiempo, vienen millones de votos por el Progreso!”), y por último la individualización (T7), donde Capriles hace referencia al actor social como individuo. (El candidato del afiche tendrá q seguir criticándose a sí

mismo pq en cada región va a ver sus promesas incumplidas, el fracaso de su gestión).

Luego de describir la categoría NOSOTROS a través de las estrategias de representación social utilizadas en el objeto de estudio, se hace evidente que esta categoría es la más predominante en el discurso de Henrique Capriles Radonski. Con esta representación, el candidato de la oposición, busca incluir en su mensaje político a un sector de la población que no está identificado con su postulación, además de usar palabras como “pueblo” para buscar la aceptación de él como político en sectores de la clase baja del país.

Finalmente la categoría ELLOS también se encuentra representada en el discurso del candidato opositor a través de su cuenta en Twitter @hcapriles. Un total de 29 tweets señalan que Capriles Radonski le da un lugar importante a su contrincante dentro de su discurso.

Con el uso de la estrategia de categorización (T3, T4, T7, T11, T15, T22, T40, T43, T45, T46, T48) el candidato de la MUD busca eliminar la ventaja que supone el hecho de que su oponente sea Presidente de la República y el poder que esto le otorga, lo cual se evidencia en los siguientes tweets:

- ✓ **T3** - Ya el discurso gastado del Candidato Chávez no le hace coquito a nadie, que se vaya preparando para entregar el Gobierno el 10Ene 2013



- ✓ **T4** - El culillo del Gobierno y su candidato es libre! Nosotros enfocados en la victoria 7Oct y en solucionar los problemas de nuestro pueblo!
- ✓ **T7** - El candidato del afiche tendrá q seguir criticándose a sí mismo pq en cada región va a ver sus promesas incumplidas, el fracaso de su gestión

En consecuencia, Capriles Radonski representa a Hugo Chávez y a su equipo de gobierno al mismo nivel de candidato que él desempeña junto a su respectivo equipo de trabajo en la campaña electoral. Capriles se refiere a Chávez como “candidato” en 13 tweets, acompañado por lo general de términos descalificativos. (“Ya el discurso gastado del candidato Chávez no le hace coquito a nadie [...]”)

Otra estrategia de inclusión que se observa con frecuencia en la muestra es la funcionalización (T9, T11, T15, T16, T18), donde el candidato opositor continúa representando directamente a su contendor en relación a su rol en la política y a la función que este cumplen en el país como jefe de estado. Al igual que en la estrategia anterior, estas menciones van acompañadas por palabras o términos negativos. Como por ejemplo:

- ✓ **T18** - Como lo dice nuestro Pueblo en cada visita, llegó la hora de lo nuevo!  
De algo mejor! Ya este Gobierno y su candidato son el pasado!

En algunas ocasiones Capriles incluye a su contrincante a través de las siguientes estrategias: nominación formal (T3, T46), indeterminación (T8, T21), asignación de

roles por activación participación (T22, T41) y diferenciación (T36, T48). Todas estas estrategias hacen visible e identificable al sujeto de sus críticas.

Pese a que Capriles utiliza con mayor frecuencia las estrategias de inclusión para representar a la categoría ELLOS, también se hace presente las estrategias de exclusión. En este caso la estrategia más utilizada fue el backgrounding (T10, T12, T24, T25, T39, T42, T47), donde Capriles critica actividades relacionadas con la gestión del Presidente de la República aunque no las asocie directa ni explícitamente a su figura. La otra estrategia que se pudo identificar, en menor frecuencia, es la exclusión por supresión (T1, T20), en la que el candidato de la MUD elimina por completo de su discurso al actor social que quiere representar. Esto se ve reflejado en:

- ✓ **T24** - Vienen tiempos mejores para nuestros hospitales, para nuestros trabajadores de la salud. Mi compromiso con la vida de los venezolanos!
- ✓ **T42** - Hay 2 opciones pero hay un solo camino! Los derrotados el 70 serán los enquistados en el poder, no el pueblo! Viene una Vzla para todos x igual

En esta última categoría Capriles Radonski hace un mayor uso de las estrategias de inclusión, mientras que las estrategias de exclusión se ven reducidas con el objetivo de resaltar en el discurso la presencia de su oponente de forma negativa.

Tomando en cuenta los resultados obtenidos luego de aplicar la metodología a la muestra de Capriles, se determina que éste candidato sólo ejerció un rol durante la

campana política a través de Twitter, ya que debió separarse temporalmente de su cargo como Gobernador del Estado Miranda para postularse como candidato a la presidencia de la República, todo esto bajo el mismo precepto constitucional que Chávez.

En consecuencia, las categorías grupales que se representaron en @hcapriles son en primera instancia los *ingroups*: que incluye el YO de Henrique Capriles como líder y candidato único de la oposición; el NOSOTROS, de aquellos que apoyan su candidatura y el NOSOTROS que hace referencia a toda Venezuela. Asimismo se encontraron los *outgroups*: ELLOS, que se refiriere a Chávez y su equipo de trabajo.

Con relación a las etapas de una campana electoral, en el caso de Capriles se evidencia a través de la muestra seleccionada que el discurso presenta: la identificación, argumentación, ataque y reflexión en los mensajes publicados en @hcapriles. Esto permite deducir que la red social Twitter fue parte de las herramientas comunicacionales tomadas en cuenta por el candidato y su comando de campana para desplegar la propaganda electoral.

A lo largo del discurso de Capriles a través de Twitter la etapa que más se observó fue la del ataque. El candidato opositor atacó a su contrincante y su gestión de gobierno para desacreditarlo ante sus seguidores y desprestigiar el proyecto de país que él le ofrecía al país. Un ejemplo de ello es T7: “El candidato del afiche tendrá q seguir criticándose a sí mismo pq en cada región va a ver sus promesas incumplidas,

el fracaso de su gestión”. Capriles optó por descalificar al candidato oficialista en busca de aumentar y recordar el descontento presente en los seguidores de la oposición.

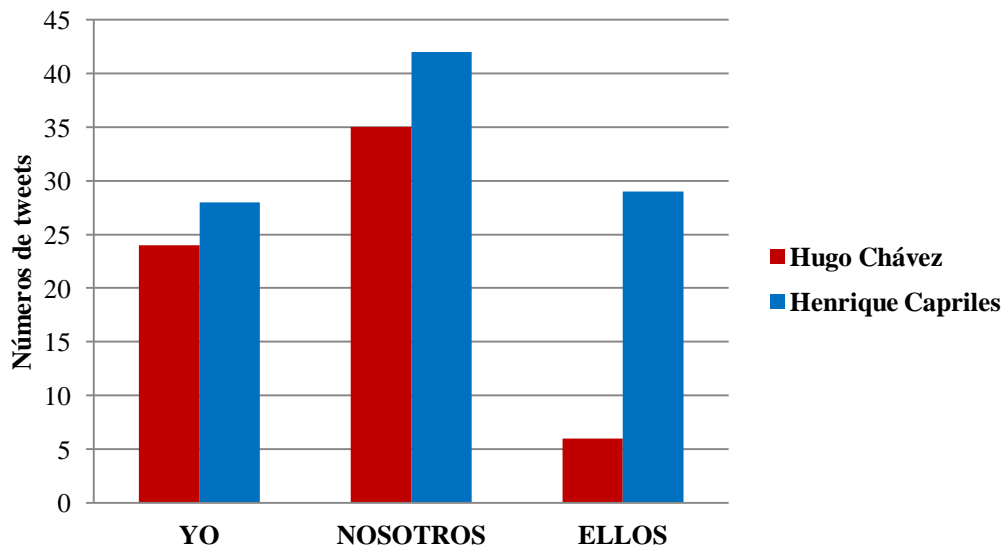
La segunda etapa en la que Capriles hizo énfasis fue en la argumentación. Utilizada como complemento a la etapa de ataque, el candidato opositor explicó a través de su discurso los puntos importantes en las políticas del país, las fallas y desaciertos del gobierno actual y como él las solucionaría de llegar al gobierno. En la mayor parte de las construcciones gramaticales donde Capriles explica sus planes y políticas de gobierno, lo hace comparándolas con las políticas del gobierno actual. Un ejemplo de esto se encuentra en el T1: “Haga en su comunidad, en su Edo, una lista de promesas incumplidas, obras sin culminar, no perderemos tiempo, nos tocará hacer lo que no se hizo”.

#### **4.2.3 Análisis comparativo entre @chavezcandanga y @hcapriles**

Una vez analizada la construcción de las representaciones sociales realizadas por Hugo Chávez y Henrique Capriles Radonski se describirán las diferencias y similitudes encontradas en ambos discursos. A continuación, se presentará un cuadro con su respectivo gráfico que refleja las representaciones hechas por los candidatos en cada una de las categorías que fueron analizadas anteriormente.

**Cuadro 1.** Comparación entre la representación social del YO, NOSOTROS y ELLOS construida a través de los tweets emitidos por las cuentas de Twitter @chavezcdanga y @hcapriles.

	<b>YO</b>	<b>NOSOTROS</b>	<b>ELLOS</b>
<b>Hugo Chávez</b>	<b>24</b>	<b>35</b>	<b>6</b>
<b>Henrique Capriles</b>	<b>28</b>	<b>42</b>	<b>29</b>



**Figura 1.** Comparación entre la representación social del YO, NOSOTROS y Ellos construida a través de los tweets emitidos por las cuentas de Twitter @chavezcdanga y @hcapriles.

En primer lugar, se contrastará la categoría YO, en la cual se evidencia que ambos candidatos construyeron una representación de sí mismos como individuos activos en el discurso y como líderes de los grupos políticos al que pertenecen. Los candidatos

hicieron uso de pronombres personales, pronombres posesivos, la conjugación de verbos en la primera persona del plural, entre otras estructuras gramaticales para figurar como participantes protagónicos de las acciones políticas y sociales que desempeñan, o en su defecto desempeñarían.

Aunque ambos candidatos se colocan como protagonistas en su discurso, se nota una diferencia en las estrategias que utilizan para lograrlo. Por un lado, Chávez se sobredetermina como un símbolo que representa el líder de la Revolución Bolivariana ante sus seguidores. Por otro lado, Capriles se presenta como la fuerza activa que realiza la acción, donde su participación protagónica en el hecho lo coloca en primer plano, con esta estrategia define su personalidad como actor político y la presenta ante sus seguidores, además de diferenciarse de su contrincante.

En ocasiones ambos candidatos se manifiestan a través de sus grupos políticos; es decir, como una entidad gubernamental para pasar a un segundo plano en la acción pero sin ausentarse del discurso.

Como se puede ver en la figura 1, la construcción que Hugo Chávez y Henrique Capriles realizaron de ellos mismos tiene prácticamente el mismo número de apariciones en su discurso. Sin embargo, ambos candidatos se diferencian por las principales estrategias que utilizaron para representarse.

En el caso de Chávez se encuentra la asignación de roles por activación y posesivación, asociación, funcionalización y sobredeterminación. Estas estrategias definen al candidato a la reelección como líder garante de la continuación del Socialismo del Siglo XXI, un líder que resalta o rescata los valores patrios y defensor de los pueblos.

Por otro lado, Capriles Radonski hace uso principalmente de las estrategias: asociación, asignación de roles por participación y beneficiación. La definición que logra Capriles con esas estrategias es colocarse como un líder joven y nuevo, siempre vinculado a su equipo de trabajo, que busca darle un nuevo rumbo a las políticas del país.

En segundo lugar, la categoría NOSOTROS es la más representada en el discurso de ambos candidatos. Se observa que tanto Chávez como Capriles hacen una distinción entre los actores sociales que se manifiestan en esta categoría. Sin embargo Chávez, al distinguir al grupo representado por sus adeptos y el grupo que representa a toda Venezuela, lo hace intercambiando sus roles de candidato y Presidente de la República, mientras que Capriles al diferenciar dichos grupos lo hace únicamente desde su rol como candidato.

Ambos candidatos hacen uso de los términos “pueblo” y “venezolanos” para representar diferentes actores sociales en sus discursos. Con respecto a la palabra “pueblo”, Chávez la emplea para presentar a sus seguidores, grupo conformado en su

mayoría por las clases bajas del país que han sido el voto conquistado de Hugo Chávez a lo largo de su carrera política. Mientras, Capriles la utiliza para representar a su conglomerado de simpatizantes, conformados en su mayoría por las clases medias y altas del país; sin embargo, trata de incluir en su discurso a las clases populares empleando este término.

En el caso del gentilicio “venezolanos”, ambos candidatos lo utilizan para representar a toda la población del país sin distinción política. Es un término neutral que en el caso del Hugo Chávez es empleado desde su rol como Presidente de la República. Ambos candidatos colocan a los actores sociales de la categoría NOSOTROS como participantes y a la vez receptores de las acciones emprendidas por sus candidaturas.

Las principales estrategias de representación social utilizadas por Chávez fueron la identificación por clasificación y la asignación de roles por pasivación. Con esto Chávez define la representación de los actores sociales en la categoría NOSOTROS referida a sus seguidores como promotores de la Revolución Bolivariana y la ideología política de su líder; en cambio, los actores sociales de la categoría NOSOTROS referidos a la población venezolana en general, los define como simples agentes pasivos de las acciones de su gobierno.

En el caso de Capriles las principales estrategias de representación social utilizadas fueron la asignación de roles por pasivación y beneficiación, la participación por activación y la asociación. Con esto Capriles logra definir a los



actores sociales de la categoría NOSOTROS, referido a sus seguidores como una resistencia al gobierno actual y una fuerza movilizadora del cambio hacia un futuro diferente para Venezuela, mientras que los actores sociales referentes a toda la población del país en la categoría NOSOTROS la define como agentes pasivos afectados o beneficiados por las políticas del gobierno.

Por último, la categoría ELLOS en el discurso político de ambos candidatos a través de la red social Twitter, es la que presenta mayores discrepancias. En el caso del candidato oficialista, sólo se representa el ELLOS en 6 oportunidades, mientras que Capriles Radonski lo hace en 29 ocasiones.

En el caso de Hugo Chávez hay uso principalmente de las estrategias de exclusión, bien sea por backgrounding o supresión, y muy pocas estrategias de inclusión como la nominación por pseudotítulos. A lo largo de su carrera política, Chávez le ha otorgado a la oposición venezolana diferentes calificativos en función de su ideología política. En general el uso de esos términos está relacionado con: la desigualdad y el empobrecimiento de los pueblos, la privatización de los servicios y los recursos del país, entre otros temas que buscan descalificar las creencias e ideologías políticas que representa el candidato opositor.

En consecuencia, cuando Chávez emplea la nominación por pseudotítulos como “los voceros burgueses” o “el candidato adeco”, está desfavoreciendo a su oponente ante sus seguidores en Twitter. En cuanto a las estrategias de exclusión que usa

Chávez, éstas se corresponden a una táctica de propaganda política que busca reducir el número de veces que aparece el candidato opositor en su discurso político. Es decir, Chávez busca omitir la presencia de una oposición a él para centrar su mensaje en cómo solo él puede favorecer a la población venezolana.

Por otro lado, hay que destacar que el candidato del gobierno no representa a aquellos actores sociales que adversan su ideología política sin que ejerzan ningún cargo político. Chávez de alguna forma asume en su discurso que toda la población venezolana está de acuerdo con su gestión, por consiguiente elimina por completo de su discurso la representación de un sector de la población que no está de acuerdo con su gobierno.

En cuanto a las estrategias de representación social utilizadas por Capriles Radonski en la categoría ELLOS, se encuentran con mayor frecuencia las formas de inclusión a través de la categorización y la funcionalización donde Capriles, a diferencia de Chávez, le da una gran importancia a su oponente, destacándolo en su discurso para descalificar y criticar las acciones que éste ha emprendido durante su gobierno y que en consecuencia continuaran si vuelve a ser reelecto. Al igual que en el discurso de Hugo Chávez, se utilizan las categorías de exclusión por backgrounding y supresión, pero en este caso con menor frecuencia.

Después de analizar la muestra seleccionada y en función al arqueo bibliográfico que se realizó en capítulos anteriores, se puede identificar plenamente que para Capriles y su equipo de trabajo, el Twitter fue un medio para la propaganda política,

donde se cumplieron los objetivos de una campaña electoral a través de las diferentes etapas que la comprenden (identificación, argumentación, ataque y reflexión). Todo esto indica que para el candidato Henrique Capriles Radonski la red social Twitter fue una herramienta propagandística de gran alcance, donde se mantuvo bastante activo durante el periodo de campaña electoral.

Aunque el Twitter ha sido una herramienta importante para Hugo Chávez durante su periodo de gobierno, durante la campaña electoral no se ve de forma explícita una estrategia comunicacional de campaña electoral. Esto puede estar motivado a que Chávez ya es un candidato bien conocido por la población venezolana, puesto que no es su primera postulación a la Presidencia, además ejerció funciones como Jefe de Estado para el momento, por 14 años; en consecuencia no proyecta su imagen como candidato con tanto énfasis como lo hace Capriles, ni realiza ataques tan frontales a su oponente.

## CAPÍTULO V

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Luego de aplicar las teorías propuestas por Van Leeuwen y Van Dijk para el análisis de los tweets emitidos por los candidatos a la Presidencia de la República Bolivariana de Venezuela, Hugo Chávez y Henrique Capriles Radonski a través de sus cuentas en Twitter durante el periodo de campaña electoral, y a fin de responder a los objetivos y a la pregunta de investigación que se planteó en el Capítulo I de la presente investigación, se concluye que las representaciones sociales con las que Hugo Chávez y Henrique Capriles Radonski se ven a sí mismos, a sus seguidores y a sus adversarios, se definen mediante la utilización de las dos grandes categorías generales propuestas por Teun Van Dijk en su *artículo Análisis del Discurso Ideológico* (1996): el ingroup (YO, NOSOTROS) y el outgroup (ELLOS); así como con las estrategias presentes en el diagrama de las representaciones sociales de Van Leeuwen, y son las siguientes:

Hugo Chávez se representa en la categoría YO como el pueblo, de manera omnipresente, ya que usa su apellido como sustantivo de masas para crear un vínculo directo entre él y sus seguidores. En su representación, Chávez es el líder de la revolución bolivariana y sólo él es garante de continuidad de ese proceso.

Se visualizó que este candidato utiliza su nombre como producto propagandístico que lideriza y protagoniza un proyecto político personalista, el cual lo posiciona como única garantía de estabilidad política, social y económica en el país. El nombre de Chávez como bandera discursiva busca afianzarse en la consciencia colectiva del venezolano.

Dentro de la categoría NOSOTROS, Chávez destaca dos actores sociales. Por un lado el NOSOTROS de sus seguidores, a quienes distingue como personas comprometidas con la defensa de los ideales socialistas que él propone para la Patria; y por el otro, representa el NOSOTROS de todos los venezolanos desde su rol como Presidente de la República para informar sobre medidas o acciones tomadas por el Gobierno Nacional. Esta división del NOSOTROS que hace Chávez en su discurso refleja que aún en su posición de gobernante de todos los venezolanos, éste dirige casi la totalidad de sus palabras y promesas políticas a sus adeptos.

Por último, el candidato oficialista representa en la categoría ELLOS a los líderes y partidos políticos tradicionales de la oposición venezolana. Chávez los omite casi por completo de su discurso y las pocas veces que hace referencia a ellos, lo hace de forma implícita. Esta representación no incluye al sector de la población que está en contra de su gestión, ya que no está representado de ninguna forma en sus tweets, dando por sentado que la totalidad del país lo apoya.

Por otro lado, en la representación social que realiza Henrique Capriles del YO, éste se manifiesta como el primer y único líder de la oposición venezolana, capaz de producir un verdadero cambio en las actuales políticas de gobierno. Se presenta como un líder joven, comprometido, que goza de buena salud y que es capaz de ayudar a Venezuela a progresar en el futuro. Cada vez que Capriles Radonski se representa a sí mismo hace una comparación implícita con Chávez, ya que resalta sus atributos para disminuir los de su contrincante.

En la categoría NOSOTROS Capriles Radonski agrupa a sus simpatizantes, denominándolos “pueblo” para hacer ver que aunque su discurso no está dirigido a las clases populares, él utiliza este sustantivo de masas para incluir o hacer que sectores que se consideran del “pueblo” se identifiquen con su discurso. Además, busca demostrar que dentro de las clases bajas, estrato en el que Chávez es más popular, también tiene seguidores. En esta categoría también utiliza el término “todos” para representar a la totalidad de los venezolanos, con esto incluye explícitamente en su discurso a grupos que no están identificados con su candidatura, con la intención de disminuir la polarización política que, él mismo subraya, existe en el país.

En la categoría ELLOS, Henrique Capriles representa únicamente a Hugo Chávez y a su equipo de trabajo, definiéndolos como el gobierno del continuismo, que amenaza y doblega a los venezolanos a través del engaño. A lo largo de su timeline, Capriles menciona directamente al presidente Chávez y expresa que es el responsable de la situación que atraviesa el país, según el propio discurso de Capriles. Para el

candidato opositor, los seguidores del candidato oficialista sólo son víctimas del engaño al que han estado sometidos durante los 14 años de gobierno de su oponente.

Luego de conocer las representaciones sociales que cada candidato realiza sobre sí mismo, sobre sus seguidores y sus oponentes, se comparan las representaciones sociales realizadas por ambos candidatos a lo largo de su discurso en Twitter, durante el periodo de campaña electoral, de la cual se desprende que, en la categoría YO, ambos candidatos se representan como los líderes únicos del grupo al que representan y que sólo ellos son capaces de lograr lo que le proponen a sus seguidores.

Se puede afirmar que ambos candidatos se representan a sí mismos como líderes máximos de los movimientos políticos a los que pertenecen y que personalizan las visiones que imperan actualmente en el país: el oficialismo y la oposición. Por otro lado, se diferencian en que en esta categoría Capriles exalta sus características comparándolas con las de su contrincante, algo que no se observa en la representación del YO de Chávez, ya que éste no se compara ni hace referencia a su oponente.

Destaca, además, que dentro de la categoría NOSOTROS los dos candidatos buscan incluir a dos actores sociales: sus adeptos y toda la población venezolana. Esta referencia dentro de un mismo grupo implica un reconocimiento, aunque sea implícito, de los actores sociales que adversan a cada candidato.

A pesar de que ambos usan términos similares, en esta categoría también se encuentran diferencias que evidencian contraste. Por un lado, Chávez se refiere únicamente a sus seguidores desde su posición de candidato, mientras que utiliza su rol como Presidente para dirigirse a toda la población venezolana. En su discurso, Capriles busca incluir tácitamente al colectivo que lo adversa.

Por último, en la categoría ELLOS se observa la gran diferencia entre las alocuciones de Chávez y Capriles. El candidato del gobierno omite casi por completo la presencia de un poder político que le pueda hacer frente, mientras que Capriles hace plenamente visible las deficiencias y los defectos del gobierno de su contrincante para denunciarlos ante el país. Además, en esta categoría se observa que el candidato oficialista, ya sea por exclusión o inclusión, ataca a la oposición, mientras que Capriles ataca la gestión del presidente Chávez y su gobierno de acuerdo a la función que éstos ejercen.

Con relación a la metodología, el modelo de las Representaciones Sociales de Theo Van Leeuwen es aplicable pues proporciona estrategias fácilmente identificables en las construcciones léxico-gramaticales que se manifiestan a lo largo del discurso. Dichas estrategias son la inclusión y la exclusión, las cuales se subdividen en: asignación de roles, asociación y disociación, asimilación, personalización e impersonalización, nominación, categorización, sobredeterminación, supresión, backgrounding, entre otras. Todas estas estrategias son específicas, lo que permite obtener un análisis completo y acertado de las



representaciones sociales identificadas en el texto. Este modelo se fundamenta en las conceptualizaciones del padre de las representaciones sociales, Serge Moscovici.

Asimismo, se establecen las categorías adecuadas para el análisis de las representaciones sociales de ambos candidatos, a partir de la proposición de Teun Van Dijk sobre la identificación de la semántica ideológica subyacente en el discurso, mediante la selección lexicológica, para describir en términos positivos a los grupos a los que pertenecemos y en términos negativos a los grupos ajenos a nosotros.

Para los efectos de este estudio, las categorías implicadas para la construcción de las representaciones sociales en el discurso emitido a través de Twitter por los candidatos Hugo Chávez (@chavezcandanga) y Henrique Capriles (@hcapriles), son: en primer lugar, los ingroups, representado por el YO, cómo se define cada actor político a sí mismo; el NOSOTROS, cómo representan a aquellos que apoyan cada candidatura; y el NOSOTROS cómo representan a Venezuela. En segundo lugar, los outgroups, constituidos por el ELLOS, donde establecen las representaciones de sus oponentes políticos.

El análisis de los discursos emitidos por ambos candidatos a través de sus cuentas en Twitter refleja claramente la situación y el contexto actual de Venezuela, lo cual demuestra que hay dos visiones de país totalmente distintas y que se encuentran confrontadas. Por un lado, se refleja una Venezuela que prospera, que va hacia adelante, con beneficios para sus habitantes, logros en política internacional, en

educación y deporte. Por otro, la inseguridad, la corrupción, la escasez, el descontento y las denuncias por parte de un sector de la población son los temas dominantes.

A través de la estrategia de la exclusión propuesta por Van Leeuwen y definida claramente en los tweets publicados por Hugo Chávez, destaca la negación del surgimiento de Capriles como un líder capaz de romper su hegemonía en el poder. Por esto, Chávez rescata el profundo significado de la famosa frase del filósofo francés George Steiner que reza, "Lo que no se nombra no existe" con el hecho de excluir completamente a Capriles de sus tweets.

En medio del clima de confrontación política y las distintas crisis socioeconómicas que ha vivido el país durante los últimos 14 años, Capriles se presenta a través de su discurso como una alternativa que busca romper con el continuismo y con lo que él define en uno de sus tweets como "las mentiras del Gobierno y su candidato".

Durante el periodo de campaña electoral, destaca la etapa de la argumentación en el discurso de ambos candidatos. En esta exponen la posición que tiene cada uno de los asuntos de interés para el país. Por una parte, Chávez sólo expone los logros de su gestión y resalta la importancia de la consecución del ideal de la llamada revolución bolivariana, mientras que Capriles denuncia las fallas del gobierno actual y toca los temas que promete mejorar de ser elegido Presidente.

Cabe mencionar que ninguno de los dos candidatos expone de forma concreta en sus discursos a través de Twitter cuáles son sus planes de gobierno y cómo actuarán para resolver las problemáticas actuales de Venezuela.

Una vez expuestas las conclusiones de esta investigación, resulta pertinente realizar una serie de recomendaciones para aquellos que deseen profundizar en este tipo de investigaciones.

En primer lugar, los futuros investigadores deben tomar en cuenta que para la construcción del entramado teórico que conforma este tipo de investigación no es fácil conseguir la bibliografía relacionada con las Representaciones y Redes Sociales, por lo que deben recopilar información con tiempo.

Por otro lado, cabe mencionar que la mayoría de los textos consultados están disponibles sólo en inglés y en versión digital, por lo que el acceso a algunos materiales es limitado. Asimismo, debe destacarse que la literatura en la que se exponen las teorías y el estudio de las Redes Sociales es de difícil acceso, por ser un fenómeno de origen reciente, razón por la cual ubicar teóricos que definan o conceptualicen de forma exacta su naturaleza cambiante y los elementos que las conforman, dificulta el avance fluido de la investigación.

Por último, es importante destacar que para realizar este tipo de estudios deben utilizarse herramientas externas que ayuden a complementar el uso de Twitter, ya que

su dinámica de actualización constante no permite el almacenamiento de los mensajes emitidos con cierta antigüedad, motivo por el que se recomienda el uso de [www.snapbird.org](http://www.snapbird.org), aplicación que permite la localización de todo el historial de tweets de una cuenta determinada.

## GLOSARIO DE TÉRMINOS

- **Tweet o tuit:** es el mensaje que se envía a través de Twitter. Está limitado a 140 caracteres, que incluye letras, números y cualquier tipo de signos. Permite colocar fotos, videos e hipervínculos a otros sitios web. (Glosario Básico de Twitter, 2011)
- **Follower o seguidor:** Usuario que sigue a otro en Twitter, es decir, que está suscrito a dicha cuenta y que en consecuencia, recibe las actualizaciones de estado que este genera (Glosario Básico de Twitter, 2011)
- **Following o siguiendo:** Son las cuentas que un usuario sigue, un tipo de suscripción a los tweets de una cuenta. Los mensajes publicados en las cuentas seguidas aparecen automáticamente en el timeline del usuario.
- **Hashtag o etiqueta:** se forma a partir del uso del signo numeral (#) y una palabra o frase seguido del mismo sin espacios entre ellas, convirtiéndola en un conjunto de caracteres que facilitan la búsqueda de términos específicos, razón por la cual son populares para los usuarios. En otras palabras, esta función sirve para agrupar mensajes sobre un mismo a través del uso del numeral (Glosario Básico de Twitter, 2011)
- **Trending topic o tendencias:** este término, traducido como los temas del momento, hace referencia a las diez palabras o frases que más se utilizan bajo la forma de hashtags o etiquetas. Estos, no son más que el resultado de un algoritmo que refleja lo más mencionado en los tweets, dándole prioridad a la

novedad frente a la frecuencia con la que son publicados (Glosario Básico de Twitter, 2011)

- **Direct message o mensaje directo:** son aquellos mensajes que se envían de forma privada a un usuario determinado. Estos mensajes son de 140 caracteres al igual que los tweets, y únicamente pueden ser enviados a aquellos que son followers de un usuario y que este lo sigue de forma recíproca. Este tipo de mensaje también se conoce como mensaje directo, mensaje privada o DM como una abreviación de su nombre en inglés (Glosario Básico de Twitter, 2011)
- **Retweet o retuit:** es el reenvío de un tweet de otro usuario. Para hacer esto, se colocan las siglas RT al principio de dicho mensaje junto al nombre del usuario que lo publicó en primer lugar (Glosario Básico de Twitter, 2011)
- **Timeline:** es el historial de todos los tweets que ha publicado un usuario en su cuenta, o el conjunto de varios tweets de diferentes usuarios clasificados de manera distinta. El timeline funciona como una cronología. (Glosario Básico de Twitter, 2011)
- **Mentions o mención:** es la forma de llamar a otro usuario. Para realizar un mención, es necesario colocar el símbolo arroba (@) delante del nombre del usuario (Glosario Básico de Twitter, 2011)
- **Favoritos:** es la posibilidad de marcar como favorito un tweet publicado por cualquier usuario como lo indica su traducción. Esto se realiza pulsando el símbolo de una estrella pequeña que se encuentra al final de cada tweet (Glosario Básico de Twitter, 2011).

## REFERENCIAS

- Alexa The Web Information Company (2013). *The top 500 sites on the web*.  
Obtenido de Alexa: <http://www.alexa.com/topsites>
- Alonso, J. F. (16 de diciembre de 2006). Absuelven a Capriles Radonski por caso de la embajada de Cuba. *El Universal* .
- Angulo, M. (14 de Febrero de 2011). *Vuelodigital*. Obtenido de <http://www.vuelodigital.com/2011/02/14/egipto-revolucion-y-redes-sociales/>
- Arias, F. (1999). *El proyecto de investigación: Guía para su elaboración*. Caracas, Venezuela: Episteme Ediciones.
- Aruguete , G. (s.f.). *Prácticas grupales. Un modelo de trabajo en redes*. Obtenido de [http://practicasgrupales.com.ar//index.php?option=com\\_content&task=view&id=76&Itemid=](http://practicasgrupales.com.ar//index.php?option=com_content&task=view&id=76&Itemid=)
- Austin, J. (1955). *Cómo hacer cosas con palabras*. Obtenido de <http://www.philosophia.cl/biblioteca/austin/C%F3mo%20hacer%20cosas%20con%20palabras.pdf>
- Barko, J. (2011). *Internet hará a los políticos más honestos y transparentes*. Obtenido de [http://videos.lainformacion.com/politica/internet-hara-a-los-politicos-mas-honestos-y-transparentes\\_yqT1Rzu8YuzfZq3GAXbOk7/](http://videos.lainformacion.com/politica/internet-hara-a-los-politicos-mas-honestos-y-transparentes_yqT1Rzu8YuzfZq3GAXbOk7/)
- Bello, N. (02 de Octubre de 2012). *Exclusiva: Campaña 2.0 en la recta final*. Obtenido de Diario La Voz: <http://www.diariolavoz.net/2012/10/02/campana-2-0-en-la-recta-final/>
- Bennett, S. (13 de Agosto de 2012). *REVEALED: The Top 20 Countries And Cities On Twitter [STATS]*. Obtenido de All Twitter: [http://www.mediabistro.com/alltwitter/twitter-top-countries\\_b26726](http://www.mediabistro.com/alltwitter/twitter-top-countries_b26726)
- Bolívar, A. (2007). *Análisis del discurso ¿Por qué y para qué?* Caracas, Venezuela: Editorial CEC, S.A.
- Cain, C. (07 de Noviembre de 2008). *How Obama's Internet Campaign Changed Politics*. Obtenido de New York Times: [http://bits.blogs.nytimes.com/2008/11/07/how-obamas-internet-campaign-changed-politics/?\\_r=0](http://bits.blogs.nytimes.com/2008/11/07/how-obamas-internet-campaign-changed-politics/?_r=0)

- Centro de Información y Documentación Internacionales en Barcelona* . (14 de Mayo de 2013). Obtenido de Henrique Capriles Radonski:  
[http://www.cidob.org/es/documentacio/biografias\\_lideres\\_politicos/america\\_d\\_el\\_sur/venezuela/henrique\\_capriles\\_radonski](http://www.cidob.org/es/documentacio/biografias_lideres_politicos/america_d_el_sur/venezuela/henrique_capriles_radonski)
- Centro de Información y Documentación Internacionales en Barcelona* . (15 de Abril de 2013). Obtenido de Hugo Chávez Frías:  
[http://www.cidob.org/es/documentacion/biografias\\_lideres\\_politicos/america\\_del\\_sur/venezuela/hugo\\_chavez\\_frias](http://www.cidob.org/es/documentacion/biografias_lideres_politicos/america_del_sur/venezuela/hugo_chavez_frias)
- Chumaceiro, I. (2005). *Estudio Lingüístico del texto literario: Análisis de cinco relatos venezolanos*. Caracas, Venezuela: Fondo Editorial de la Facultad de Humanidades y Educación de la Universidad Central de Venezuela.
- CNE. (2004). Obtenido de Referendum Presidencial 2004:  
[http://www.cne.gob.ve/web/estadisticas/index\\_resultados\\_referendos.php](http://www.cne.gob.ve/web/estadisticas/index_resultados_referendos.php)
- (diciembre de 2006). Obtenido de Elección Presidencial:  
[http://www.cne.gob.ve/divulgacionPresidencial/resultado\\_nacional.php](http://www.cne.gob.ve/divulgacionPresidencial/resultado_nacional.php)
- (2008). Obtenido de Divulgación Elecciones Regionales 2008:  
[http://www.cne.gob.ve/divulgacion\\_regionales\\_2008/](http://www.cne.gob.ve/divulgacion_regionales_2008/)
- (octubre de 2012). Obtenido de Divulgación Presidenciales 2012:  
[http://www.cne.gob.ve/resultado\\_presidencial\\_2012/r/1/reg\\_000000.html?](http://www.cne.gob.ve/resultado_presidencial_2012/r/1/reg_000000.html?)
- Cobo, C., & Pardo, H. (2007). *Planeta web 2.0: Inteligencia colectiva o medios fast food*. México DF, México: Grup de Recerca d'Interaccions Digitals.
- CONATEL. (2012). *Estimaciones al cierre del III trimestre de 2012*. Obtenido de <http://www.slideshare.net/sville/conatel-estadisticas-regulatorias-telecomunicaciones-venezuela-presentacion-ii-trimestre2012>
- Consejo Federal de Gobierno, (29 de Julio de 2013). *Hace 59 años nació un hombre que cambiaría la historia de Venezuela, Hugo Chávez*. Obtenido de Consejo Federal de Gobierno:  
[http://www.cfg.gob.ve/web\\_cfg/index.php/es/noticias/1294-hace-59-anos-nacio-un-hombre-que-cambiarla-la-historia-de-venezuela-hugo-chavez](http://www.cfg.gob.ve/web_cfg/index.php/es/noticias/1294-hace-59-anos-nacio-un-hombre-que-cambiarla-la-historia-de-venezuela-hugo-chavez)
- Correo del Orinoco. (5 de Marzo de 2013). *Hugo Rafael Chávez Frías el líder de la Revolución que llenó de vida al pueblo venezolano*. Obtenido de Correo del orinoco: <http://www.correodelorinoco.gob.ve/tema-dia/hugo-rafael-chavez-frias-lider-revolucion-que-lleno-vida-al-pueblo-venezolano/>



- De Rivera, J. (2011). *El papel de las Redes Sociales (de Internet) en la revolución árabe: el caso de Egipto*. Obtenido de Sociología y Redes sociales: <http://sociologiayredessociales.com/2011/02/el-papel-de-las-redes-sociales-de-internet-en-la-revolucion-arabe-el-caso-de-egipto/>
- Definición de Twitter*. (s.f.). Obtenido de Definición de Twitter: <http://definicion.de/twitter/>
- Díaz, J. I. (2012). *Mensaje de Poder*. Obtenido de Universidad de Palermo: [fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/blog/images/trabajos/3387\\_10756.doc](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/images/trabajos/3387_10756.doc)
- Diccionario Electoral* (1ra ed.). (1989). San José, Costa Rica: Centro Interamericano de Asesoría y Promoción Electoral
- Discovery Channel. Obtenido de: *Tudiscovery La Internet*. (2013). Obtenido de: <http://www.tudiscovery.com/internet/mil-cien-millones-de-usuarios.shtml>
- El Universal*. (02 de Mayo de 2012). Obtenido de Facebook supera los 900 millones de usuarios: <http://www.eluniversal.com.mx/articulos/70485.html>
- Elecciones Venezuela*. (s.f.). Obtenido de El Politico: <http://www.eleccionesvenezuela.com/politico-henrique-capriles-radonski-3.html>
- Escandell, M. V. (2006). *Introducción a la pragmática*. Barcelona: Ariel.
- Farr, R. (1983). Escuelas europeas de la Psicología social: la investigación de representaciones sociales en Francia. *Revista Mexicana de Sociología*, 45, 641-658.
- Fernandez, C. (2008). *Ciberpolítica ¿Cómo usamos las tecnologías digitales en la política Latinoamericana?* Buenos Aires, Argentina: Konrad Adenauer Stiftung.
- Fitton, L., Gruen, M., & Poston, L. (2012). *Twitter for dummies*. Indianapolis: Wiley Publishing.
- Garrido, A. (2007). *Chávez con uniforme. Antibiografía*. Caracas: Ediciones del Autor.
- Ghio, E., & Fernández, M. D. (2005). *Manual de Lingüística Sistémico Funcional: El enfoque de M.A.K. Halliday y R. Hasan aplicaciones a la lengua española* (1ra ed.). Santa Fé: Universidad Nacional del Litoral.

- Giraldo, G., & Guillén, M. (2012). *Política en 140 caracteres: Comparación entre la representación social propia de los actores políticos en su discurso y su contraparte en la red social Twitter. Caso Elecciones Primarias de Venezuela - 2012: victoria de Henrique Capriles Radosnki*. Universidad Central de Venezuela, Caracas.
- GlobalWebIndex. (2013 de Febrero de 2013). *Infographic: Twitter The Fastest Growing Social Platform*. Obtenido de GlobalWebIndex: <https://www.globalwebindex.net/twitter-the-fastest-growing-social-platform-infographic/>
- Goffman, E. (1959). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Halliday, M., & Hasan, R. (1989). *Language, Context, and Text: Aspects of Language in a Social-Semiotic Perspective* (2da edición ed.). Oxford University Press.
- (2004). *An Introduction to Functional Grammar*. Oxford University Press.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, L. (1997). *Metodología de la Investigación*. México, D.F: McGraw-Hill.
- Herrera, J. (2008). *La investigación cualitativa*. Obtenido de <http://juanherrera.files.wordpress.com/2008/05/investigacion-cualitativa.pdf>
- Herrero, A. V. (11 de noviembre de 2012). Capriles habría violado las normas internacionales al entrar a revisar la Embajada de Cuba en el 2002. Obtenido de Noticias24.com: <http://www.noticias24.com/venezuela/noticia/101563/capriles-habria-violado-las-normas-internacionales-al-entrar-a-revisar-la-embajada-de-cuba-en-el-2002/>
- Jodelet, D. (1986). La Representación Social: fenómenos, concepto y teoría. En S. Moscovici, *Psicología Social II. Pensamiento y vida social. Psicología social y problemas sociales*. Barcelona: Paidós.
- Laboren, I. (6 de marzo de 2013). Un militar llega a Miraflores: La luna de miel. El Mundo , pág. 12.
- La era Chávez. (06 de marzo de 2013). Últimas Noticias , pág. 4.
- Lanza, L. (2010). Escenas primarias de la política 2.0 en Argentina y el mundo. *Más Poder Local*, 44-46.

- Linares, A. (06 de marzo de 2013). Mago de las adversidades y artífice del poder. *El Mundo*, pág. 9.
- Linares, M. A., & Zavala, L. (1999). *Radicalización del discurso. Análisis comparativo del enmarcamiento en Hugo Chávez Frías y Henrique Salas Römer durante la campaña presidencial 1998*. Universidad Católica Andrés Bello, Caracas.
- Ministerio del Despacho de la Presidencia y Seguimiento de la Gestión de Gobierno, (Septiembre de 2013). *Comandante Eterno*. Obtenido de Despacho de la Presidencia y Seguimiento de la Gestión de Gobierno: [http://www.presidencia.gob.ve/comandante\\_eterno.html](http://www.presidencia.gob.ve/comandante_eterno.html)
- Mora, M. (2002). La teoría de las Representaciones Sociales de Serge Moscovici. *Athenea Digital*, 25.
- Moreno, J. (29 de Abril de 2012). *Chávez: "Es absurdo que me acusen de gobernar por Twitter"*. Obtenido de El Universal: <http://www.eluniversal.com/nacional-y-politica/120429/chavez-es-absurdo-que-me-acusen-de-gobernar-por-twitter>
- Moscovici, S. (1979). *El psicoanálisis, su imagen y su público*. Buenos Aires: Huemul S.A.
- Observatorio Electoral Venezolano. (diciembre de 2012). Obtenido de Informe Final. Observación Elecciones Regionales 16 de diciembre de 2012 : <http://www.oeventolano.org/images/OEV%20Informe%20Final%20Observacion%2016%20Dic%20Preliminar%20para%20el%20CNE.pdf>
- Padua, J. (1979). *Técnicas de Investigación Aplicadas a las Ciencias Sociales*. Fondo de Cultura Económica.
- Pallarés, F., & Gifreu, J. (02 de 17 de 2008). *De la televisión a la www*. Obtenido de Atinachile: [www.atinachile.cl/content/view/132431/Las-campanas-electorales-en-la-Web-2-0.html](http://www.atinachile.cl/content/view/132431/Las-campanas-electorales-en-la-Web-2-0.html)
- Parker, A. (18 de Enero de 2012). *In Nonstop Whirlwind of Campaigns, Twitter Is a Critical Tool*. Obtenido de New York Times: [http://www.nytimes.com/2012/01/29/us/politics/twitter-is-a-critical-tool-in-republican-campaigns.html?pagewanted=all&\\_r=0](http://www.nytimes.com/2012/01/29/us/politics/twitter-is-a-critical-tool-in-republican-campaigns.html?pagewanted=all&_r=0)
- PDVSA. (2005). Obtenido de Bitácora Diciembre 2002-abril de 2003: <http://www.pdvsa.com/>

- Piñero, S. (2008). La teoría de las representaciones sociales y la perspectiva de Pierre Bourdieu: Una articulación conceptual. *Revista de Investigación Educativa* 7, 19.
- Polo, J. D. (2009). *Twitter para quien no usa Twitter*. Obtenido de <http://www.bubok.com>
- Primero Justicia. (s.f.). Obtenido de Semblanza de Henrique Capriles Radonski: <http://www.primerojusticia.org.ve/cms/index.php?view=item&cid=158:en-la-prensa&id=4173:portal-noticias-semblanza-de-henrique-capriles-radonski&pop=1&tmpl=component&print=1>
- Ramírez, T. (1999). *¿Cómo hacer un proyecto de investigación?* Caracas: Panapo.
- Real Academia Española*, 22ª.ed. (2001). Obtenido de Diccionario de la lengua española: <http://www.rae.es/rae.html>
- Rincón, Y. (27 de Septiembre de 2012). *Redes sociales: aliadas en campaña electoral*. Obtenido de Panorama: <http://www.panorama.com.ve/portal/app/push/noticia36526.php>
- Roco, G. (s.f.). *Internet y Sociedad: Un fenómeno Emergente*. Obtenido de Universidad del Bío Bío: <http://www.ubiobio.cl/cps/ponencia/doc/p1.1.htm>
- Rubín, R. (18 de Julio de 2012). *Qué es Facebook, cómo funciona y qué te puede aportar esta red social*. Obtenido de Ciudadano 2.0: <http://www.ciudadano2cero.com/facebook-que-es-como-funciona/>
- Sabino, C. (1992). *El proceso de investigación*. Caracas: Panapo.
- Sarabia, I. (17 de diciembre de 2012). Chavismo le dio pela a la oposición en 11 estados. Últimas Noticias .
- Saussure, F. (1991). *Curso de Lingüística General*. Akal.
- Searle, J. (1986). *Actos de habla*. Madrid: Cátedra.
- Semiocast. (31 de Enero de 2012). *Brazil becomes 2nd country on Twitter, Japan 3rd*. Obtenido de Semiocast: [http://semiocast.com/en/publications/2012\\_01\\_31\\_Brazil\\_becomes\\_2nd\\_country\\_on\\_Twitter\\_superseds\\_Japan](http://semiocast.com/en/publications/2012_01_31_Brazil_becomes_2nd_country_on_Twitter_superseds_Japan)
- Spina, S. (2012). *Openpolítica. Il discorso dei politici italiani nell'era di Twitter*. Milano: Francoangeli.

- TwitterCounter. (2013). Obtenido de Twitter top 100: most followers:  
<http://twittercounter.com/pages/100>
- UPEL. (2003). *Manual de Trabajos de Grado de Especialización, Maestría y Tesís Doctorales*. Caracas: Fondo Editorial de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador.
- Van Dijk, T. (1990). *La noticia como discurso*. Barcelona: Paidós.
- (1996). Análisis del discurso ideológico. (U. A. Metropolitana-Xochimilco, Ed.) *Verision. Estudios de Comunicacion y Politica*(6), 15-43.
- b - (2005). Política, ideología y discurso. *Quórum Académico*, 15-47.
- Van Leeuwen, T. (1996). The representation of social actors. En C. R. Caldas-Coulthard, & M. Coulthard, *Text and Practices* (págs. 32-70). Londres: Routledge.
- Velasco, C. (03 de Abril de 2011). *Diferencias entre red social (Facebook) y red de contenido (Twitter)*. Obtenido de Wwhatsnew:  
<http://wwwhatsnew.com/2011/04/03/diferencias-entre-red-social-facebook-y-red-de-contenido-twitter/>
- Zamora, M. (2006). *Redes Sociales en Internet*. Obtenido de Maestros del web:  
<http://www.maestrosdelweb.com/editorial/redessociales/>
- Zapata, M. (Marzo de 2010). *Historia de las Redes Sociales en Internet*. Obtenido de Redes Sociales en la Web 2.0:  
[http://redes2sociales.blogspot.com/2010/03/2\\_28.html](http://redes2sociales.blogspot.com/2010/03/2_28.html)

## **ANEXOS**

## Anexos A

### Tweets @chavezcandanga y @hcapriles

\* Los tweets resaltados en negritas corresponden a la muestra aleatoria seleccionada para aplicar el análisis de la investigación

<b>Tweets de @chavezcandanga</b>
<b>I Periodo (01/07/12 al 01/08/12)</b>
<p><b>T1. Llegó Julio! Pueblo, a la calle! Pueblo mío, a la Batalla de Carabobo! Dios mío, danos salud y vida para conducir a este Pueblo a la Victoria</b></p> <p>Buen día Patria Buena!! Desde mi corazón de soldado y desde mi alma Cristiana, les ratifico mi amor infinito!! <a href="http://bit.ly/MICmte">http://bit.ly/MICmte</a></p> <p>Gracias Presidenta @CFKArgentina por todo el apoyo, y con Perón decimos: El siglo XXI nos encontró Unidos para hacer la Patria Grande!!</p> <p>Vaya cuánto amor en esta frase: Necesito tu abrazo!! Yo te digo a ti mujer, Patria, Venezuela.. Necesito tu abrazo!! <a href="http://bit.ly/MICmte">http://bit.ly/MICmte</a></p> <p>Amaneció de Patria!! Hoy vamos a abanderar a nuestros Atletas Olímpicos. Venezuela toda les admira muchachada heroica!! #GeneraciondeORO</p>
<p><b>T2. Miren este video!! Chávez es un Pueblo!! Chávez somos millones!! Tú también eres Chávez!! <a href="http://bit.ly/CHPueblo">http://bit.ly/CHPueblo</a></b></p> <p>Epa!! Me dicen que las calles de Anzoátegui ya están desbordadas de pueblo!! Pa' esa voy!! <a href="http://bit.ly/CHPueblo">http://bit.ly/CHPueblo</a></p>
<p><b>T3. Buen día, Mundo Patrio! Voy saliendo a Fuerte Tiuna, a la transmisión de mando del CEO y del Ejército BOLIVARIANO! Vivan nuestros Soldados!!</b></p> <p>Policías de la Patria Buena. Mi admiración y compromiso de apoyo queridos dignos policias, defensores del Pueblo!! <a href="http://bit.ly/POLICIA">http://bit.ly/POLICIA</a></p> <p>Hola mundo Patrio! Esta mañana he firmado el Acuerdo "Compromiso por la Democracia", a nombre de millones de nosotros los Patriotas!</p>
<p><b>T4. Como Jefe de Estado, invito a todos y todas los Venezolanos a respetar al árbitro electoral, el CNE! Y a nuestras instituciones democráticas</b></p> <p>He sostenido una muy agradable conversación con la Presidenta Dilma, nuestra querida Compañera. Me confirma y me invita a la CumbreMercosur!</p>
<p><b>T5. Venezuela al Mercosur! Eso sí es lo NUEVO! Una NUEVA Venezuela! Una NUEVA Suramérica! Una NUEVA Geopolítica!</b></p>

**T6. Ahora los adecos me piden que me separe de la Presidencia! Lo que evidencia su desespero porque el candidato ADECO no sirve! Adeco es adeco!**

**T7. Hago ahora nombramientos de los Altos Mandos Militares: Jefes de Regiones Estratégicas y Jefes de Estados Mayores! Viva La Fuerza Armada Bolivariana!**

Buen día, Mundo Bueno! Aquí, preparándome para ir al Zulia, tierra Bolivariana! La de La Chinita, la del Gral. Urdaneta, la de la Gaita y el Lago!

Acabo de asignar 470 millones Bs. para dotación de medicinas e insumos a mas de 200 hospitales en todo el país! Salud para el Pueblo!

**T8. Epa Pueblo de los barrios! Acabo de aprobar 134 millones Bs para continuar con el plan "Barrio Nuevo Barrio Tricolor" Esto sí es LO NUEVO!**

Acabo de asignar 470 millones Bs. para dotación de medicinas e insumos a mas de 200 hospitales en todo el país! Salud para el Pueblo!

"Barrio Tricolor" en: Gramoven, Blandín, Petare, San Agustín, Los Teques, Caricuao, Chacao, El Valle, Vargas, San Martín, Turmerito... Casi 2.000 viviendas!

**T9. "Barrio Tricolor": sin costo alguno para las familias beneficiadas! Esto sí es lo NUEVO: el Socialismo!!**

Bravo por nuestro Johnny Cecotto!! Bravo por esa victoria en la GP2!! Muchacho valiente!! Ustedes son lo NUEVO de esta Patria Buena!!

Vaya que tremenda canción la de Los Cadillacs, Omar Enrique y Hany! Gracias muchachos! Ustedes son lo NUEVO de la Patria! <http://bit.ly/MfLig5>

Tremendo Concierto el de anoche en La Carlota! Mas de 200.000 personas y pura felicidad! Esa es la Venezuela Nueva! Bravo Dudamel, Blades, Franco!

**T10. Por mas que te tongonees siempre se te ve el bojote". Nosotros los Patriotas y nuestro Proyecto Nacional "Simón Bolívar", somos LA BUENA NUEVA!**

**T11. Hoy "Los pueblos del mundo unidos por Venezuela", Día de solidaridad con la Revolución Bolivariana"! Bravo!!**

Parfraseo a Pablo Neruda: "Todo tiene tu Rostro, Padre, en nuestra morada". Viva Bolívar!!

**T12. Gracias hermanas y hermanos del mundo por tanta solidaridad y amor con el pueblo venezolano y la Revolución Bolivariana!! @unidosconvzla**

**T13. Tienen en esta Patria a los hijos e hijas de Bolívar para servirle a la causa humana!! Para construir un mundo multicéntrico y pluripolar!!**

**T14. A 190 años del abrazo de Bolívar y San Martín, nuestros Pueblos retoman su gesta heroica! Venezuela y Argentina: unidos en la Patria Grande!!**



**T16. Otros: mil millones Bs para subsidio pasaje estudiantil, 380 millones Bs para pagar deudas a trabajadores y jubilados sector aeronáutico...!**

**T15. Vive tu vida! Dale Alegría! Escucha bien lo que te estoy diciendo! Chávez Corazón del Pueblo y el Pueblo Corazón de Chávez <http://bit.ly/CHCor>**

## **II Periodo (02/08/12 al 02/09/12)**

Vamos Daniela! Vamos Venezuela!

Extraordinario esfuerzo querida Daniela! Estamos contigo muchacha!

Felíz cumpleaños, compatriota Limardo! La Patria Venezolana toda te canta: !FELICIDADES!

Hoy es Día de La Bandera! Viva Miranda! Viva La Patria! Viva La Independencia Nacional!

**T17. Epa mi querido pueblo de Antímano, parroquia revolucionaria! Allá nos vemos esta tarde! Los que quieran Patria, Vengan conmigo!!**

Estamos contigo, Andreína! Orgullosos de tu esfuerzo y de tu ejemplo, muchacha de la Patria!

Vamos, Gersoni! Vamos Patria Venezolana! Buenos días, Tves!

Fuertes lluvias nos tienen muy alertas y desplegados! Todos y todas pendientes y en familia! Máxima seguridad!

**T18. Hoy es Día de La Guardia Nacional Bolivariana! Vayan mis palabras de reconocimiento a todos los hombres y mujeres de la Guardia Patriota!**

**T19. Santo Cristo de La Grita!! Te pedimos salud y vida para todo el Pueblo venezolano!! Que tu Buena Nueva siga iluminando esta Patria!!**

Viva el Santo Cristo de La Grita!! Cristo hecho Pueblo!! Felicitaciones por tan maravilloso Santuario!! Los saludo en Cristo mi señor!!

**T20. Hoy es Día Internacional de nuestros Pueblos Indígenas! Vaya mi palabra siempre comprometida con los hermanos aborígenes!**

**T21. Patria para los Indios! Patria para las Indias! Viva la Resistencia Indígena! Viviremos y Venceremos!**

**T22. Día Internacional de la Juventud! Vaya mi corazón patriota y mis palabras de reconocimiento y estímulo a la Heroica Juventud Venezolana!**

Pastor Maldonado y toda esa constelación de Estrellas Patrias en la avenida Los Próceres! Bravo muchachada nuestra!

Parfraseo a ese joven eterno que es el "Che": "El presente es de lucha. El futuro LES pertenece, muchachos y muchachas"

**T23. Bravo Pastor! Bravo "Speedy"! Tremenda demostración! Gracias, a nombre de nuestro pueblo, de nuestros niños y niñas, de nuestros jóvenes!**

He conversado hace un rato con Fidel. Quise felicitarle por su cumpleaños y me ha encargado transmitirle un saludo al pueblo Venezolano!

**T24. Buen día, Mundo Patrio! Veán cómo sigue bajando la inflación y ahora crece de nuevo el PIB: 5,4% en el 2do trimestre 2012! Bravo!**

Última hora: en este momento, se ha extinguido el incendio en el tanque 200 de Amuay!

**T25. Y las labores de extinción del fuego en el tanque 203, avanzan en un 75%! Y seguimos con nuestros heroicos bomberos de PDVSA combatiendo!**

**T26. Estoy ahora hablando con el Min.RafaelRamírez, quien se encuentra a pocos metros de los referidos tanques,comandando las operaciones!**

**T27. Ahora nos concentraremos en el tanque 204, para extinguir completamente el fuego! Con el favor de Dios, saldremos adelante!**

Bravo Cumanacoa! Les felicito a todas y a todos! Nuestro pueblo se crece en las dificultades! Somos los hijos y las hijas de Bolívar!

Primera medalla para Venezuela en los Paralímpicos: Bronce en Judo para el compatriota MARCOS FALCON! Bravo Marcos! Bravo Venezuela!

**T28. Compatriotas, convirtamos nuestra participación en elSimulacro en una muestra de confianza y respeto al CNE! Vamos pues, todos a participar!!**

**T29. Felicidades al CNE! Felicidades a la FANB! Felicidades a nuestro Pueblo! Todo un éxito el simulacro electoral! Venceremos!**

Noveno aniversario del Diario VEA! Felicidades a todos sus trabajadores y trabajadoras! Gloria a Guillermo García Ponce, su fundador!

**T30. A esta hora podemos decir sin duda que el simulacro electoral ha sido todo un éxito! Tremendo despliegue de la Maquinaria Patriota! Bravo!!**

**T31. Felicito a los Cmdos Carabobo en todo el país,hasta el nivel de los Centros de votación y los Jefes de Patrulla 1x10! Venceremos!**

**T32. Ahora nos toca evaluar con mucho rigor los detalles y posibles fallas, para continuar fortaleciendo nuestra Revolución! Venceremos!**

Pero qué linda está mi amada Carola!

### **III Periodo (03/09/12 al 04/10/12)**

**T33. Queridos Servidores Públicos de la Patria!Vaya desde miCorazón misPalabras de felicitación y admiración para siempre! <http://bit.ly/ChavezSP>**

Gracias a Juan Manuel Laguardia @fullchola por la entrevista de esta mañana y tantos recuerdos!! La Patria alegre sigue a Full Chola!!

**T34. Esta tarde no se pierdan el acto sobre la entrega de bonos PETRO-ORINOCO!! Justicia para la Clase Trabajadora!!**

Acompañemos a la hermana Colombia en sus esfuerzos por lograr la Paz! Ya lo dijo Simón Bolívar: "La Paz es mi puerto, la Paz es mi todo"

**T35. Epa mundo bueno! Qué habrán dicho los voceros burgueses acerca de la encuesta de Datanálisis?**

**T36. Hola Mundo alegre! Fue tremenda la reunión de la maquinaria Patria! Vamos, a la Campaña Perfecta, a la Batalla Perfecta, a la Victoria Perfecta!**

13.000 atletas participan desde hoy en Los Juegos Nacionales Juveniles! Vamos, muchachada Patria!

Aquí, esperando el futbol! Viva la Vinotinto! Viva Venezuela!

Por cierto, qué buena está la columna de Marciano en el Diario Vea de hoy: "El desespero" No se la pierda!

**T37. Después del desastre que se le viene encima a la oposición el 7-O, ojalá que surja de su seno un verdadero liderazgo Político. Esparamos eso!**

Ya viene el juego! Venceremos!

Goooooooooooo! Viva Arango! Viva Venezuela! Vamos muchachos!

**T38. Maisanta, Virgen del Valle, llena de bendiciones al Pueblo Venezolano todo! Te rendimos tributo quienes luchamos con las banderas de Cristo!**

Virgen de Coromoto, Patrona de nuestro pueblo: "Salve Aurora Jubilosa de una Patria Soberana"!!

Celebremos los 483 años de Maracaibo! Felicidades a Marabinos y Marabinas! "Cuando voy a Maracaibo y empiezo a pasar el puente..."

Informe: he aprobado 1.014.387.330 Bs para todas las Gobernaciones y Alcaldías. Es parte del ingreso excedentario nacional. La economía arriba!

Sigo informando: he aprobado la incorporación de 160.000 nuevas familias a la GM Hijos de Venezuela. Es Justicia Social! Sólo en Revolución!

**T39. Sigo mirando el campo político opositor. De verdad, espero que después de su desastre el 7-Oct, surja un nuevo mapa en la derecha política!**

**T40. Ahora el candidato burgués niega el "paquetazo oculto". Y resulta que firmó el documento**

**que contiene el "paquete neoliberal".No volverán!**

En las sabanas heroicas del Guárico aún se escucha el verbo revolucionario de Willian Lara!! Honor Tremenda Vinotinto! Ese Salomón! Viva Venezuela!

**T41. Hoy es el 4to aniversario de la batalladora Juventud del PSUV! Vamos muchachada Patria: a la Batalla perfecta y a la Victoria Perfecta!**

Gracias Mario! Mil gracias por ese sublime regalo! La misma hora, el mismo bulevar"! Gracias Camarada. De Tribilín!

**T42. Bravo por las Misiones!! Gracias por tanto amor!! Ustedes son lo Nuevo de la Patria!! Gracias hermanos y hermanas. #MisionesConCHAVEZ**

**T43. Iniciada la ofensiva #DeSabanetaAMiraflores!! Las fuerzas llaneras revolucionarias desplegadas!! Los Llanos Corazón de Chávez!!**

**T44. Hacia laVictoriaPerfecta del 7-O #DeSabanetaAMiraflores! Mañana les corresponde a los Jirajara.Luego losGuaros y Guaras! VictoriaPatriótica!**

Na'guara!! Se desbordó el patriotismo bolivariano en Yaracuy y Lara!! Sigue la ofensiva victoriosa rumbo a Caracas y al 7-O!!

**T45. Maracay de mis recuerdos! Maracay Rebelde, la del 4F! Mañana junto a ustedes gritaremos: En Maracay y en toda Venezuela Gana Chávez el 7-O!!**

**T46. Carabobo la de la Independencia!! Carabobo la de la BatallaPerfecta!! Las calles de Valencia serán ríos de Pueblo y Amor Patrio! Venceremos!**

Miguel Cabrera, Triple Coronado! Bravo Miguel! Bravo Venezuela!

**T47. A mis tres millones y medio de seguidores, muchísimas gracias! Sigamos adelante! Viva La Patria!**

**T48. Y mañana Jueves 4 de Octubre, la Avalancha Patriótica llega a Caracas! Rumbo a la Gran Victoria del domingo 7! Vamos Venezuela!**

## Tweets de @hcapriles

I Periodo (01/07/12 al 01/08/12)

Donde esté un venezolano que nos necesite ahí vamos a estar, a proponer soluciones, vamos a construir un camino juntos !<sup>0</sup>

Cuando decimos “Para todos por Igual” no es promesa, hablamos de inclusión: estaremos donde esté un venezolano que nos necesite

Muy buenos días a todos! Un gran abrazo! Hoy arrancamos otra etapa hacia el 7Oct, hacia el futuro que es indetenible y nuestro!

Pasando por Parque Central, ejemplo claro de la ineficiencia, fracaso de este Gob, van para 8 años reparando una Torre, en cuanto se construyó?

**T1. Haga en su comunidad, en su Edo, una lista de promesas incumplidas, obras sin culminar, no perderemos tiempo, nos tocará hacer lo que no se hizo**

**T2. Donde esté un venezolano que nos necesite, ahí estaremos para tenderle la mano! #HayUnCamino que comienza el #7O!**

“El bien puede existir sin el mal, mientras que el mal no puede existir sin el bien”. Recordando a Santo Tomás en su día

**T3. Ya el discurso gastado del Candidato Chávez no le hace coquito a nadie, que se vaya preparando para entregar el Gobierno el 10Ene 2013**

Los venezolanos merecemos tener un Gobierno que no hable tonterías y se dedique a resolver los miles de problemas, el 7Oct #Hayuncamino

Hoy el Presidente saliente encabezó su último desfile 5Jul, cerró su ciclo! Nuestra FAN no tendrá que escuchar más discursos politiqueros para celebrar tan importante día para los venezolanos

Se ve se siente nuestra Venezuela está despertando! El futuro nos espera, un mejor país! Feliz noche, que Dios bendiga a nuestra Venezuela

Que miedo le tiene el Gobierno y su candidato al Futuro! El 7Oct serán millones de votos para recordarles quien manda en Venezuela!

**T4. El culillo del Gobierno y su candidato es libre! Nosotros enfocados en la victoria 7Oct y en solucionar los problemas de nuestro pueblo!**

Nuestra Venezuela está despertando en todos los rincones, nuestro pueblo sin duda sabe que podemos y vamos a estar mejor! #Hayuncamino

Caracas hace rato que dejó de estar con este mal Gobierno, un Gobierno que como logro tiene haber convertido nuestra capital en una de las ciudades más violentas del mundo!

**T5. Hagan lo que hagan, traten de intimidar, de hostigar, a este Gobierno se le acabó su tiempo,**

**vienen millones de votos por el Progreso!**

Que miedo le tiene el candidato del Gobierno al futuro y al progreso! Nuestra FAN y sus familiares también tienen derecho a un mejor país!

El Gobierno que tiene miedo al futuro prohibió que en nuestros cuarteles tengan encendidos los televisores! El 7Oct #Hayuncamino

**T6. Estoy convencido del talento de nuestro pueblo. Cada persona con la que me cruzo en este camino forma parte de la Venezuela del Progreso**

**T7. El candidato del afiche tendrá q seguir criticándose a sí mismo pq en cada región va a ver sus promesas incumplidas, el fracaso de su gestión**

Las carreteras de nuestra Venezuela destruidas y este Gobierno y su candidato regalan asfalto para arreglar las de otros países

**T8. Ustedes son la fuerza del futuro y acá estoy comprometido con cada venezolano, piense como piense, todos son importantes!**

**T9. Vamos a trabajar con todos los Gobernadores y Alcaldes del país, sin importar su partido, apoyarlos en el fortalecimiento de los cuerpos policiales**

**T10. Fuimos sometidos a una nueva cadena “show” esta vez con la intención de tapan el fracaso de este gobierno en torno a la producción nacional**

Los venezolanos tendremos a partir del 7Oct un Presidente nuevo y un Gobierno nuevo que trabaje para solucionar los problemas del país

**T11. En cada pueblo que llegamos nos dicen que se cansaron de las mentiras del Gobierno y su candidato, acá estamos para asumir el compromiso de hacer todo lo que no se hizo y más**

**T12. Hay algunos que quedaron para contar malos chistes, para insultar, para reciclar promesas, se les acabó el tiempo, llegó la hr del futuro!**

El candidato del pasado y del presente desfasado piensa que sus mentiras y amenazas tienen eco, los venezolanos ya no creen en eso!

**T13. Mi compromiso con el pueblo Zuliano, tendrán en mi un Presidente que les cumpla, un aliado, un amigo, un hermano! Que viva el Zulia!**

**T16. Me dicen de que acaban de decir una gran verdad: A los venezolanos no les robarán su futuro! Así es este Gobierno finaliza su etapa el 7°**

**T15. Diga lo que diga este Gob y su candidato del pasado, el legado de nuestro Libertador Simón Bolívar es de todos y nunca será de un determinado partido político, Arriba Bolívar!**

**T14. La Venezuela de futuro y progreso, nos convoca a todos, requiere del concurso de todos, es para todos! Atrás quedará este presente desfasado**

## II Periodo (02/08/12 al 02/09/12)

El candidato del Gobierno insiste en que nuestros Empleados Públicos estén para servirlo a él, obligarlos a estar en un partido político

**T33. Vivienda, servicios, espacios públicos y vialidad, vinculándolos con la salud, educación, empleo y seguridad #ConstruyendoJuntos**

Con el Progreso ningún Trabajador Público tendrá que aportar un día de su salario para financiar un partido político o una campaña

**T34. El 70 no sólo vamos a elegir un nuevo Presidente, vamos a votar por el futuro! Empleo, seguridad, educación, salud, vivienda, Arriba Lara!**

El #70 va a ganar el Futuro y los jóvenes conocerán otro tipo de liderazgo, que les ofrezca oportunidades para progresar! #HayUnCamino

**T35. Tenemos un compromiso con todas nuestras mujeres para que vivan tranquilas, seguridad, educación, protección y oportunidades para sus hijos**

**T36. Cada vez más vzlanos se quitan la camisa roja y se ponen la tricolor! Vzla está despertando porque sabe que puede tener un Futuro mejor!**

Leyendo que aprobaron recursos a Edos y Municipios, sólo un 8% de la deuda que existe! Otra burla más! Qué hace este Gob con los recursos?

El 70 serán millones de votos contra la violencia promovida por este Gob agotado! No pueden con la delincuencia y encima promueven violencia!

**T37. El candidato del Gobierno habla y habla, sólo insulta y amenaza! Ni una sola propuesta para solucionar los problemas de nuestro Pueblo**

La Constitución, los Tratados Intern en materia de Derechos Humanos, son para ponerle límites al poder, cosa que no tolera el Gob saliente

Me reportan apagones en varias zonas de nuestra Venezuela, allí tenemos una razón más para quitarnos este paquete de Gobierno!

**T38. La esperanza siempre derrota al miedo, a los violentos! La fuerza del Progreso es indetenible! Que viva el Pueblo de Puerto Cabello!**

El candidato del Gob cantó esta noche recordando a Fujimori, me parezco tanto a ti...Quién será su Montesinos?

**T39. Nadie me sacará del camino de construir el país que soñamos! Estoy acá para servir y defender al pueblo venezolano y así será siempre!**

Cadena de Radio y Tv para seguir cayéndonos a coba a los venezolanos a 20 días de las elecciones

**T40. Como se nota que el candidato del Gob vive otra realidad, por eso su plan de Gobierno es la paz planetaria y salvar la especie humana**

Cuando no es un rabipelao es una iguana y sino un rayo! Ntra Vzla merece un Gob que haga las cosas bien! Tenemos todo para estar mejor!

**T41. Sea serio y responsable @chavezcandanga Deje de mentirle a los vzlanos sobre nuestras propuestas usando recursos que son de todos**

"No hay camino para la paz: la paz es el camino" Gandhi. Pensemos en la Venezuela de paz que viene, faltan 16 días!

La esperanza de un futuro mejor tiene a nuestro pueblo volcado en todas las calles de nuestra Venezuela, se ve se siente #Hayuncamino

**T42. Hay 2 opciones pero hay un solo camino! Los derrotados el 70 serán los enquistados en el poder, no el pueblo! Viene una Vzla para todos x igual**

Está cantada la victoria del progreso! Del futuro! Se siente en todas partes, nuestro pueblo lo sabe y el otro candidato también!

**T43. El candidato del Gob sabe que todo cambió, que los números cambiaron, que el país busca algo nuevo, 14 años, suficiente! Toca futuro!**

Se imaginan debate entre consolidar Revolución en el poder vs Agua, Luz, servicios públicos de calidad, empleos, seguridad, progresar!

Ayer el otro candidato reunión con chinos, hoy con rusos. Y los problemas de los vzlanos cuando los escucha? Las oportunidades para afuera!

**T44. A los coberos y a los que prometen y no cumplen no se les puede creer lo que dicen. Ponen siempre primeras piedras y nunca soluciones!**

**T45. El Gob y su candidato desesperados tratando de sembrar miedo al pueblo, los que tienen miedo son ellos. El voto es secreto! Votemos sin miedo**

Las carreteras de nuestro país están en situación deplorable! Deberíamos tener las mejores vías de comunicación de toda América

**T46. El candidato Chávez que se vaya preparando para asumir su derrota ,el pueblo hablará con contundencia el 70 y nadie lo salva de eso**

**T47. Todos los ciclos se cierran, este ya termina con 14años, viene uno nuevo y mejor donde todos somos necesarios! Hacer las cosas bien!**

**T48. Está escrito: ganó David. El otro candidato fue un gran contendor que abusó de su poder, su ciclo terminó. Viene el futuro! Llegó la hr!**



### III Periodo (03/09/12 al 04/10/12)

El candidato del Gobierno insiste en que nuestros Empleados Públicos estén para servirlo a él, obligarlos a estar en un partido político

**T33. Vivienda, servicios, espacios públicos y vialidad, vinculándolos con la salud, educación, empleo y seguridad #ConstruyendoJuntos**

Con el Progreso ningún Trabajador Público tendrá que aportar un día de su salario para financiar un partido político o una campaña

**T34. El 70 no sólo vamos a elegir un nuevo Presidente, vamos a votar por el futuro! Empleo, seguridad, educación, salud, vivienda, Arriba Lara!**

El #70 va a ganar el Futuro y los jóvenes conocerán otro tipo de liderazgo, que les ofrezca oportunidades para progresar! #HayUnCamino

**T35. Tenemos un compromiso con todas nuestras mujeres para que vivan tranquilas, seguridad, educación, protección y oportunidades para sus hijos**

**T36. Cada vez más vzlanos se quitan la camisa roja y se ponen la tricolor! Vzla está despertando porque sabe que puede tener un Futuro mejor!**

Leyendo que aprobaron recursos a Edos y Municipios, sólo un 8% de la deuda que existe! Otra burla más! Qué hace este Gob con los recursos?

El 70 serán millones de votos contra la violencia promovida por este Gob agotado! No pueden con la delincuencia y encima promueven violencia!

**T37. El candidato del Gobierno habla y habla, sólo insulta y amenaza! Ni una sola propuesta para solucionar los problemas de nuestro Pueblo**

La Constitución, los Tratados Intern en materia de Derechos Humanos, son para ponerle límites al poder, cosa que no tolera el Gob saliente

Me reportan apagones en varias zonas de nuestra Venezuela, allí tenemos una razón más para quitarnos este paquete de Gobierno!

**T38. La esperanza siempre derrota al miedo, a los violentos! La fuerza del Progreso es indetenible! Que viva el Pueblo de Puerto Cabello!**

El candidato del Gob cantó esta noche recordando a Fujimori, me parezco tanto a ti...Quién será su Montesinos?

**T39. Nadie me sacará del camino de construir el país que soñamos! Estoy acá para servir y defender al pueblo venezolano y así será siempre!**

Cadena de Radio y Tv para seguir cayéndonos a coba a los venezolanos a 20 días de las elecciones

**T40. Como se nota que el candidato del Gob vive otra realidad, por eso su plan de Gobierno es la paz planetaria y salvar la especie humana**

T82. Cuando no es un rabipelao es una iguana y sino un rayo! Ntra Vzla merece un Gob que haga las cosas bien! Tenemos todo para estar mejor!

**T41. Sea serio y responsable @chavezcandanga Deje de mentirle a los vzlanos sobre nuestras propuestas usando recursos que son de todos**

"No hay camino para la paz: la paz es el camino" Gandhi. Pensemos en la Venezuela de paz que viene, faltan 16 días!

La esperanza de un futuro mejor tiene a nuestro pueblo volcado en todas las calles de nuestra Venezuela, se ve se siente #Hayuncamino

**T42. Hay 2 opciones pero hay un solo camino! Los derrotados el 70 serán los enquistados en el poder, no el pueblo! Viene una Vzla para todos x igual**

Está cantada la victoria del progreso! Del futuro! Se siente en todas partes, nuestro pueblo lo sabe y el otro candidato también!

**T43. El candidato del Gob sabe que todo cambió, que los números cambiaron, que el país busca algo nuevo, 14 años, suficiente! Toca futuro!**

Se imaginan debate entre consolidar Revolución en el poder vs Agua, Luz, servicios públicos de calidad, empleos, seguridad, progresar!

Ayer el otro candidato reunión con chinos, hoy con rusos. Y los problemas de los vzlanos cuando los escucha? Las oportunidades para afuera!

**T44. A los coberos y a los que prometen y no cumplen no se les puede creer lo que dicen. Ponen siempre primeras piedras y nunca soluciones!**

**T45. El Gob y su candidato desesperados tratando de sembrar miedo al pueblo, los que tienen miedo son ellos. El voto es secreto! Votemos sin miedo**

Las carreteras de nuestro país están en situación deplorable! Deberíamos tener las mejores vías de comunicación de toda América

**T46. El candidato Chávez que se vaya preparando para asumir su derrota ,el pueblo hablará con contundencia el 70 y nadie lo salva de eso**

**T48. Está escrito: ganó David. El otro candidato fue un gran contendor que abusó de su poder, su ciclo terminó. Viene el futuro! Llegó la hr!**

**T47. Todos los ciclos se cierran, este ya termina con 14años, viene uno nuevo y mejor donde todos somos necesarios! Hacer las cosas bien!**

**Anexos B**  
**Infografías y gráficos**

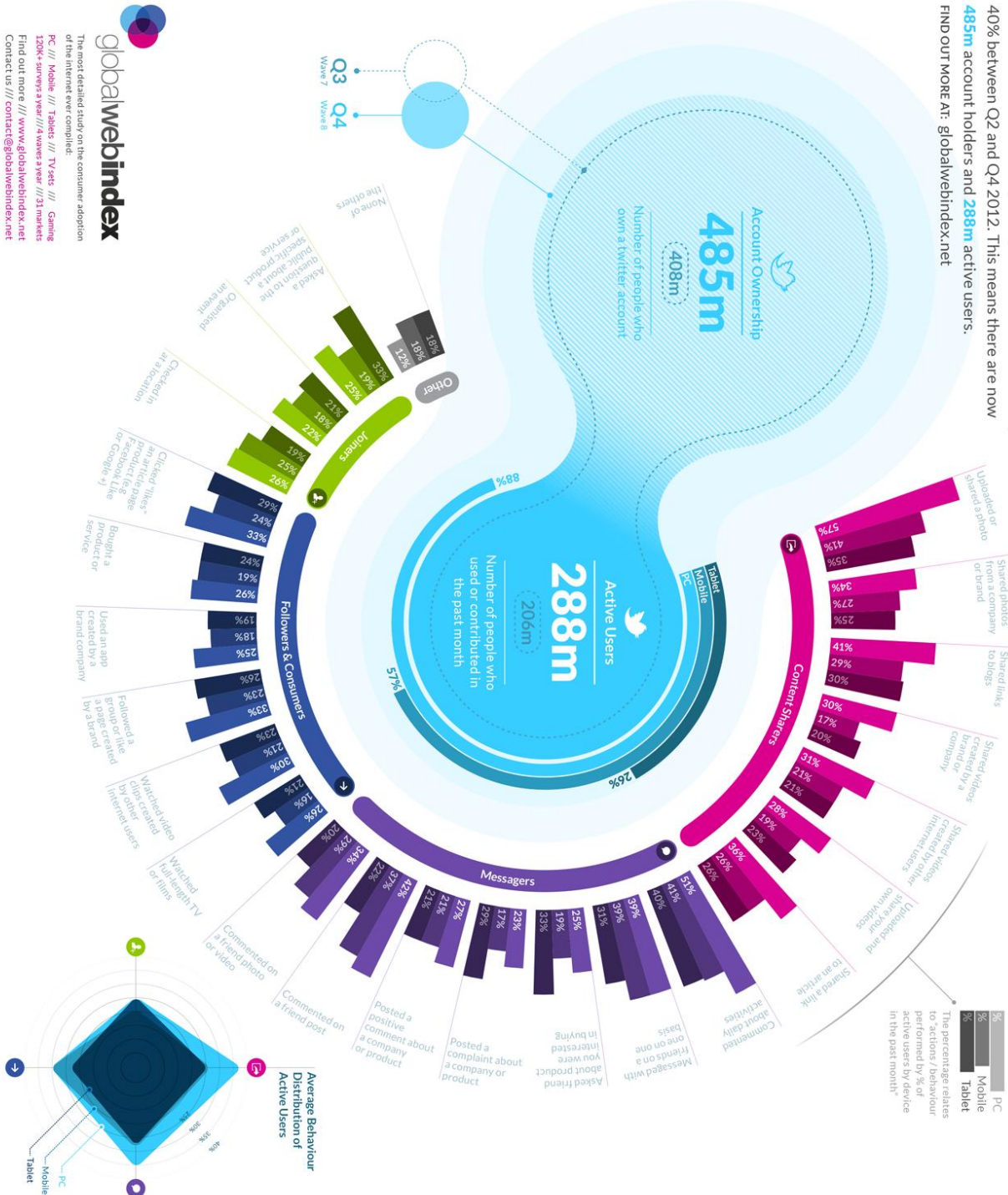
# 1. Presidentes latinoamericanos según número de seguidores en Twitter.



## 2. Infografía: Twitter la plataforma social de más rápido crecimiento

### TWITTER The Fastest Growing Social Platform

Twitter is now the fastest growing social platform increasing 40% between Q2 and Q4 2012. This means there are now **485m** account holders and **288m** active users. FIND OUT MORE AT: [globalwebindex.net](http://globalwebindex.net)



## ACTIVE USAGE BY COUNTRY

### EMEA



### APAC

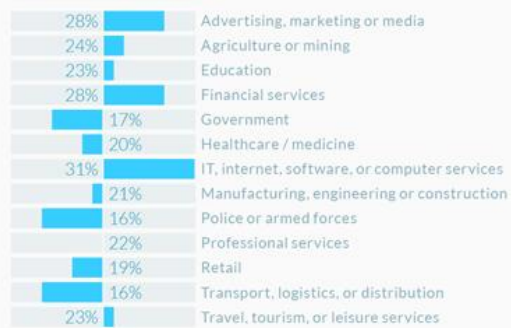


### AMER

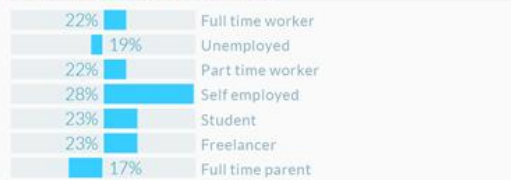


## ACTIVE USER DEMOGRAPHICS

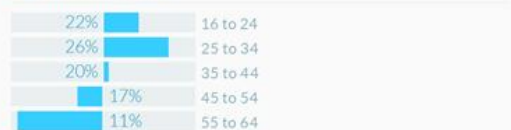
### Profession (Mean 22%)



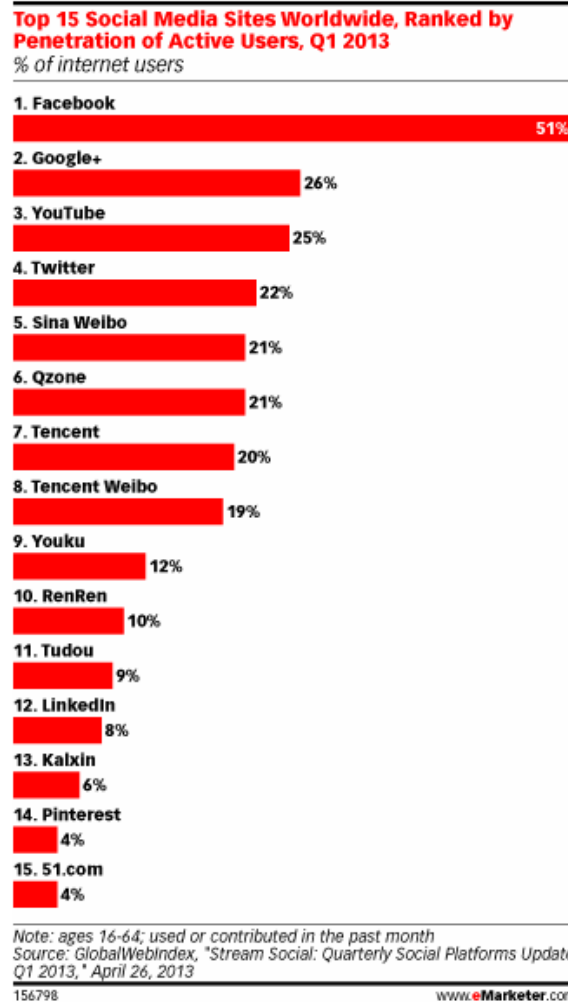
### Employment Type (Mean 20%)



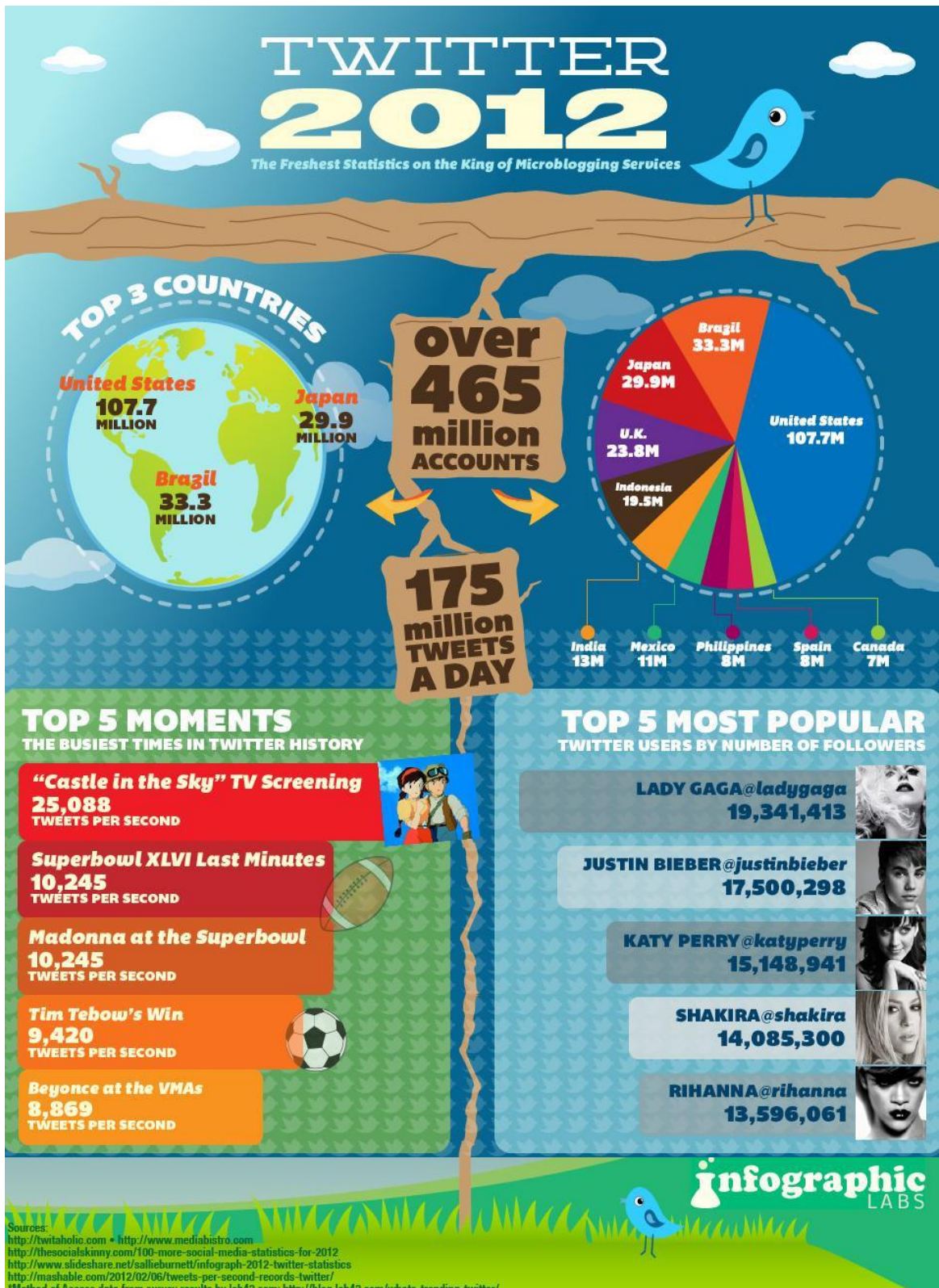
### Age (Mean 19.4%)



3. Gráfico: Primeras 15 redes sociales del mundo, según el porcentaje de usuarios activos en el primer trimestre del 2013.



4. Infografía: Twitter 2012: Las estadísticas más frescas del rey del microblogging

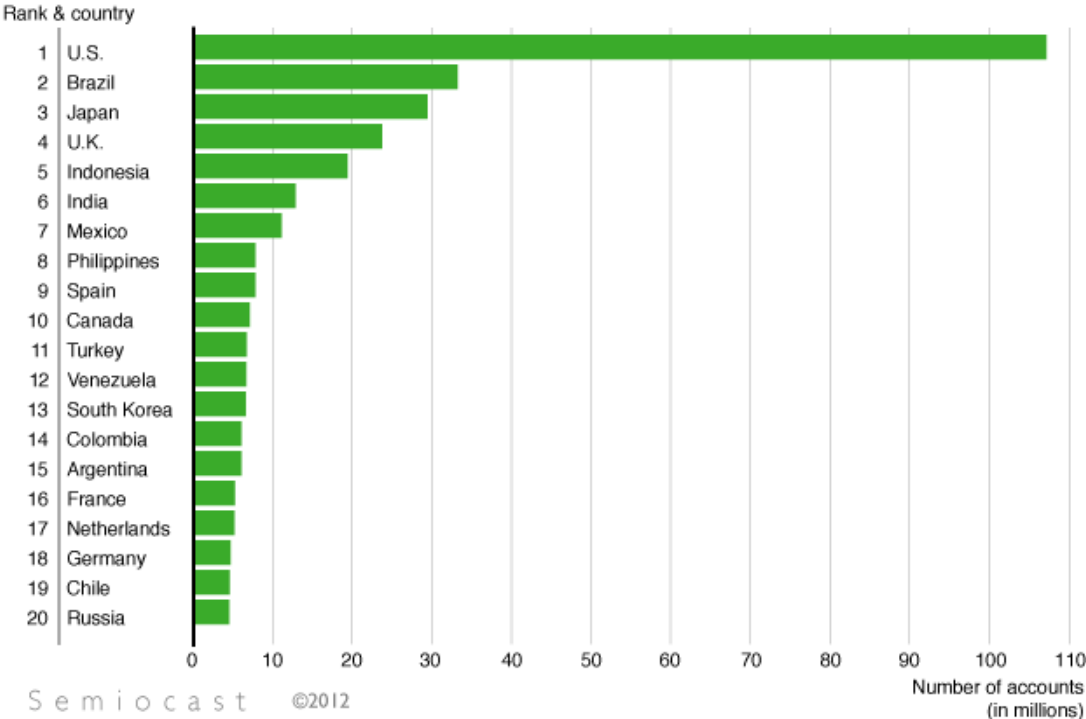




5. Gráfico: Principales países con mayor cantidad de cuentas en Twitter: creadas antes del 1 de enero del 2012.

### Top 20 countries in terms of Twitter accounts

(accounts created before 01-01-2012)



6. **Gráfico: Principales 20 países con más actividad en Twitter: cuentas con por lo menos un mensaje publicado entre el 1 de septiembre de 2011 y el 30 de noviembre del 2011.**

