

Índice

Listado de Contenidos

PARTE I. INTRODUCCIÓN

1. Introducción	14
1.1. Objetivos, hipótesis y preguntas de investigación	14
1.2. Estructura del trabajo	24

PARTE II. CONTEXTUALIZACIÓN TEÓRICA

2. Contextualización teórica	28
2.1. Ciberdemocracia y comunicación	28
2.1.1. Contextualización	28
2.1.2. Las reglas democráticas y su equivalente en internet	37
2.1.3. Ciberdemocracia. Terminología y conceptos	40
2.1.4. El control de la comunicación frente a la libertad de los contenidos de usuarios web 2.0. Ciberdemocracia o “E-democracy”	43
2.1.5. La propaganda política y la campaña electoral. Características de la campaña electoral para las elecciones locales y autonómicas en la Comunidad Valenciana del 24 de mayo de 2015	47
2.2. El discurso ideológico en la red. El texto como arma democrática	53
2.2.1. El poder del discurso	53
2.2.2. Lengua y Tecnología. La lingüística aplicada a la red	59
2.3. La red social Twitter	61
2.3.1. Predecir elecciones con Twitter	61

2.3.2. Medir la influencia de Twitter	62
3. Revisión de la literatura	66
3.1. Lingüística del corpus	66
3.1.1. ¿Qué es un corpus?	67
3.1.2. Conceptos: listado de palabras, listado de frecuencia, palabras clave, distribución, concordancia, colocación, prosodia semántica, análisis de género	79
3.2. Análisis de sentimientos	89
3.3. Teoría de la valoración	94
3.4. Lexicón	98

PARTE III. INVESTIGACIÓN EMPÍRICA

4. Metodología	103
4.1. Análisis en Twitter de la situación política en la Comunidad Valenciana en relación con las elecciones del 24 de mayo de 2015	104
4.1.1. Análisis en Twitter de los representantes políticos valencianos	104
4.1.2. Análisis de cuentas de Twitter anónimas	108
4.1.3. Análisis de encuestas oficiales: intenciones de voto, valoración de candidatos	109
4.1.4. Análisis de la jornada electoral: participación, escrutinio, resultados por provincias, diputados electos	117
4.2. Análisis del corpus	124
4.2.1. Herramientas informáticas para la creación, el diseño y análisis del corpus de tweets	124
4.2.2. Descarga del corpus	131
4.2.3. Recopilación del corpus	132
4.2.4. Eliminación del ruido (<i>noise</i>) y conversión a texto plano (txt)	134
4.2.5. Extracción de listado de frecuencia y listado de palabras	135
4.2.6. Palabras clave en castellano y valenciano	138
4.2.7. Macroestructura del género. Análisis Semiótico	138
4.2.8. Microestructura del género. Características de los Tweets	139
4.2.9. Análisis de sentimientos. Terminología positiva, negativa y neutra	141
4.2.10. Valoración: Categorización y etiquetado de las palabras	142

4.2.11. Elaboración de un Lexicón de terminología política en castellano y valenciano	143
5. Resultados y Discusión	145
5.1. Análisis de volumen	145
5.2. Análisis léxico: frecuencia de palabras y palabras clave	150
5.3. Análisis de sentimientos	153
5.4. Valoración: etiquetado y categorización	159
5.4. Lexicón	187
PARTE IV. CONCLUSIONES	
6. Conclusiones	191
6.1. De la hipótesis al resultado final	191
6.2. Aportes de investigación	195
6.3. Hacia una ciberdemocracia discursiva. Limitaciones de la investigación y perspectivas de futuro	199
Bibliografía	201
Apéndices	
Apéndice I. Análisis de sentimientos del CTPCV	215
Apéndice II. Lexicón del CTPCV	254

Listado de Tablas

Tabla 1. Comparativa de viviendas que disponen de acceso a Internet por Comunidades Autónomas en España desde 2006 hasta 2014	17
Tabla 2. Procesos de innovación democrática y uso de las TIC	44
Tabla 3. Tipos de democracia electrónica expuestos por van Dijk	46
Tabla 4. Sitios de internet más visitados	63
Tabla 5. Países con mayor número de usuarios en Twitter	63
Tabla 6. Esquema general para la anotación de un corpus	77

Tabla 7. Polaridad en la valoración de sentimientos	95
Tabla 8. Ranking de seguidores y tweets de los candidatos a las elecciones	107
Tabla 9. Distribución de escaños del censo de las elecciones de 2015	117
Tabla 10. Censo electoral. Comparativa 2011 y 2015	118
Tabla 11. Estadísticas de las candidaturas 2011 y 2015	119
Tabla 12. Juntas y colegios electorales en las elecciones 2011 y 2015	119
Tabla 13. Evolución del voto en la Comunidad Valenciana de 1983 a 2011	120
Tabla 14. Palabras clave	138
Tabla 15 a. Lista de frecuencia de las palabras 1 a 32 del CTPCV	150
Tabla 15 b. Lista de frecuencia de las palabras 33 a 64 del CTPCV	151
Tabla 15 c. Lista de frecuencia de las palabras 67 a 90 del CTPCV	152
Tabla 16. Palabras clave del CTPCV	153
Tabla 17. Tweets positivos, negativos y neutros del CTPCV 2 de candidatos y partidos políticos	156
Tabla 18. Tweets positivos, negativos y neutros del CTPCV 3 de candidatos y partidos políticos	157

Listado de Figuras

Figura 1. Nuevo modelo de interacción política en las redes sociales de internet	47
Figura 2. Ejemplos de las páginas web de participación ciudadana al proceso de primarias a los candidatos de Compromís a las elecciones locales y autonómicas de mayo de 2015	49
Figura 3. Ejemplos de las páginas web oficiales de los diferentes partidos políticos que se presentan a las elecciones en la Comunidad Valenciana en el momento de pre-campaña electoral a las elecciones de mayo de 2015	49
Figura 3 a. EUPV	49
Figura 3 b. PPCV	50
Figura 3 c. PSPV	50
Figura 3 d. Podemos Valencia	50

Figura 3 e. Compromís	51
Figura 3 f. Esquerra Republicana	51
Figura 4. Ejemplos de perfiles de la red social Twitter de algunos candidatos y candidatas que se presentan a las elecciones en la Comunidad Valenciana en el momento de pre-campaña electoral a las elecciones de mayo de 2015	
Figura 4 a. Albert Fabra	52
Figura 4 b. Ximo Puig	52
Figura 4 c. Mónica Oltra	53
Figura 5. Página principal del servidor http://www.bloggerscuba.com que sirve de plataforma crítica al gobierno cubano	55
Figura 6. Plataforma de Facebook “Una manifestazione nazionale per chiedere le dimissioni di Berlusconi”	56
Figura 7. Cuentas de Twitter de Lina Ben Mehenni y Yoani Sánchez	57
Figura 8. Teoría de la Valoración	96
Figura 9. Cuentas de Twitter de los candidatos en campaña electoral	104
Figura 9 a. Mónica Oltra	104
Figura 9 b. Alberto Fabra	105
Figura 9 c. Ximo Puig	105
Figura 9 d. Ignacio Blanco	105
Figura 9 e. Carolina Punset	106
Figura 9 f. Alicia Andújar	106
Figura 9 g. Antonio Montiel	106
Figura 10. Encuesta oficial a las elecciones de la Comunidad Valenciana para la Cadena Ser elaborada por la empresa MyWord el 24 de abril de 2015	111
Figura 11. Encuesta de previsión de resultados a las elecciones a la Comunidad Valenciana del diario El País elaborado por la empresa Metroscopia el 21 de abril de 2015	112
Figura 12. Encuesta a las elecciones de la Comunidad Valenciana realizada por El Mundo-Sigma Dos	113
Figura 13. Popularidad de los candidatos a las elecciones de la Comunidad Valenciana a través de Twitter	114
Figura 14. Perfil de usuarios de Twitter que interactúan con los candidatos	115
Figura 15. Evolución del número de comentarios	115
Figura 16. Valoración e interpretación de los comentarios de Twitter	116

Figura 17. Composición de diputados en las Cortes Generales de la Comunidad Valenciana tras las elecciones de 2015	117
Figura 18 a. Porcentajes de participación en las elecciones del 24 de mayo de 2015	120
Figura 18 b. Porcentajes de participación en las elecciones del 24 de mayo de 2015	122
Figura 19. Resultados electorales	123
Figura 20. Página de desarrollo de Twitter	124
Figura 21. Proceso de instalación de Twitter Apps	125
Figura 22. Página de instalación de Python	127
Figura 23. Proceso de instalación de Easy_install	128
Figura 24. Herramienta informática WordSmith Tools	129
Figura 24 a. Pantalla principal de WordSmith	129
Figura 24 b. Pantalla de selección de textos	129
Figura 24 c. Pantalla de selección de textos	130
Figura 24 d. Ejemplo de listas de palabras	130
Figura 24 e. Ejemplo de palabras clave	131
Figura 25. Ejemplo de descarga de tweets mediante Tweepy1.py	132
Figura 26. Ejemplo de descarga de tweets en texto plano (txt)	132
Figura 27. Cuenta de Twitter: ejemplo de fotos (ruido)	134
Figura 28. Cuenta de Twitter: ejemplo de arrobas y hashtags (ruido)	134
Figura 29. Cuentas de Twitter: ejemplos de favorito, retweet y follow (ruido)	135
Figura 30 a. Listado de palabras frecuentes	136
Figura 30 b. Listado de palabras frecuentes	136
Figura 30 c. Listado de palabras frecuentes	137
Figura 30 d. Listado de palabras frecuentes	137
Figura 31. Captura de pantalla desde el teléfono móvil y desde el PC	141
Figura 32. Etiquetado del corpus, CTPCV	142
Figura 33 a. Número de tweets diarios comparativo de tres partidos políticos: PPCV, PSPV, Compromís	146
Figura 33 b. Número de tweets diarios comparativo de dos partidos políticos: Ciudadanos y Compromís	147
Figura 33 c. Número de tweets diarios comparativo de los candidatos: Mónica Oltra, Alberto Fabra y Ximo Puig	147
Figura 33 d. Número de tweets diarios comparativo de los candidatos: Alberto Fabra y Ximo Puig y Carolina Punset	148

Figura 33 e. Número de tweets diarios comparativo de los candidatos: Ignacio Blanco, Antonio Montiel y Alicia Andújar	148
Figura 34 a. Resultados positivos, negativos y neutros del CTPCV 1 de cuentas anónimas	154
Figura 34 b. Resultados positivos, negativos y neutros del CTPCV 2 de cuentas anónimas	154
Figura 34 c. Resultados positivos, negativos y neutros del CTPCV 3 de cuentas anónimas	155
Figura 34 d. Resultados positivos, negativos y neutros del CTPCV 1, 2 y 3 de cuentas anónimas	155
Figura 35. Tweets positivos, negativos y neutros del CTPCV 2 de candidatos y partidos políticos	156
Figura 36. Tweets positivos, negativos y neutros del CTPCV 3 de candidatos y partidos políticos	158
Figura 37. Resultados del Análisis de Valoración	186