

# 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

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

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

## **Listado de Figuras**

<b>Figura 1.</b> Nuevo modelo de interacción política en las redes sociales de internet	47
<b>Figura 2.</b> 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
<b>Figura 3.</b> 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
<b>Figura 3 a.</b> EUPV	49
<b>Figura 3 b.</b> PPCV	50
<b>Figura 3 c.</b> PSPV	50
<b>Figura 3 d.</b> Podemos Valencia	50

<b>Figura 3 e.</b> Compromís	51
<b>Figura 3 f.</b> Esquerra Republicana	51
<b>Figura 4.</b> 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	
<b>Figura 4 a.</b> Albert Fabra	52
<b>Figura 4 b.</b> Ximo Puig	52
<b>Figura 4 c.</b> Mónica Oltra	53
<b>Figura 5.</b> Página principal del servidor <a href="http://www.bloggerscuba.com">http://www.bloggerscuba.com</a> que sirve de plataforma crítica al gobierno cubano	55
<b>Figura 6.</b> Plataforma de Facebook “Una manifestazione nazionale per chiedere le dimissioni di Berlusconi”	56
<b>Figura 7.</b> Cuentas de Twitter de Lina Ben Mehenni y Yoani Sánchez	57
<b>Figura 8.</b> Teoría de la Valoración	96
<b>Figura 9.</b> Cuentas de Twitter de los candidatos en campaña electoral	104
<b>Figura 9 a.</b> Mónica Oltra	104
<b>Figura 9 b.</b> Alberto Fabra	105
<b>Figura 9 c.</b> Ximo Puig	105
<b>Figura 9 d.</b> Ignacio Blanco	105
<b>Figura 9 e.</b> Carolina Punset	106
<b>Figura 9 f.</b> Alicia Andújar	106
<b>Figura 9 g.</b> Antonio Montiel	106
<b>Figura 10.</b> 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
<b>Figura 11.</b> 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
<b>Figura 12.</b> Encuesta a las elecciones de la Comunidad Valenciana realizada por El Mundo-Sigma Dos	113
<b>Figura 13.</b> Popularidad de los candidatos a las elecciones de la Comunidad Valenciana a través de Twitter	114
<b>Figura 14.</b> Perfil de usuarios de Twitter que interactúan con los candidatos	115
<b>Figura 15.</b> Evolución del número de comentarios	115
<b>Figura 16.</b> Valoración e interpretación de los comentarios de Twitter	116

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

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