

INTRODUCCIÓN AL ANÁLISIS DEL DISCURSO: LA CONSTRUCCIÓN DEL CORPUS -Parte II-

Nuestro presente social de referencia se está construyendo cada vez más a través de lo que contamos y compartimos en la WEB (...) Ahí conviven contenidos socialmente significativos con contenidos irrelevantes para muchos pero quizás interesantes o incluso importantes para un grupo de individuos (Rost, 2014, p. 202)

Objetivos

- Brindar una herramienta metodológica para el armado de un corpus digital, con énfasis en la recopilación y análisis de tuits.
- Analizar el papel de los medios y periodistas en la configuración del discurso público en *Twitter*.
- Comprender los discursos de odio como una dimensión clave de la materialidad discursiva en la esfera pública digital y especialmente en la red social X.

Introducción

Los discursos digitales constituyen un objeto de estudio de interés para el Análisis del Discurso. Su abordaje desde marcos teóricos tradicionales presenta desafíos en la conformación de un corpus y en su análisis.

En esta guía, tomaremos el caso de la red social X (ex *Twitter*) y la producción de DDO para reflexionar sobre las decisiones metodológicas para el armado de un corpus digital y su posterior análisis, como un primer paso del proceso de elaboración del Trabajo Práctico Final del espacio de prácticos.

En un mundo cada vez más mediado por lo digital, las plataformas como X se convirtieron en espacios centrales para la producción, circulación y disputa de sentidos en la esfera pública, de allí que comprender cómo se construyen y se difunden los discursos en dicha plataforma es esencial para analizar las dinámicas de poder, exclusión y resistencia que caracterizan a las sociedades contemporáneas.

Para aproximarnos a la propuesta metodológica en el diseño del corpus, realizamos la lectura del siguiente material de estudio: Del Manzo, Ma. B. (2025). [Construcción del corpus de análisis Criterios y dimensiones para su delimitación](#). Material de estudio. Introducción a los Estudios del Lenguaje y los Discursos., Facultad de Periodismo y Comunicación Social, UNLP.

Una vez revisada la presentación, **te proponemos la discusión grupal de esta serie de preguntas que colaboran en la comprensión de los criterios de delimitación propuestos:**

¿Qué es la esfera pública-digital?

La idea de esfera pública, desarrollada originalmente por Jürgen Habermas (1962), ha sido reformulada en el contexto digital para dar lugar a lo que se denomina la esfera pública digital donde los acontecimientos no solo son construidos discursiva y mediáticamente sino también son vividos de manera mediatizada. Se trata de un espacio de disputa, de construcción de sentidos y se reconoce al conflicto como un elemento constitutivo. En esta esfera las plataformas reconfiguran las dinámicas de participación y deliberación ciudadana. Así, *Twitter* funciona como una arena de lucha en la que se articulan discursos políticos, sociales y culturales. En este sentido, esta red social refleja y moldea la opinión pública, a través de la viralización de contenidos y la formación de comunidades discursivas.

¿Por qué analizar prácticas discursivas en *Twitter*?

Twitter se ha posicionado como una plataforma clave para el estudio de los discursos contemporáneos debido a su capacidad para condensar debates sociales, políticos y culturales en mensajes breves y altamente difundidos. Su estructura basada en *hashtags*, menciones y retuits permite identificar tendencias, actores y conflictos en tiempo real. Además, la participación de figuras públicas, medios de comunicación y ciudadanos comunes convierte a *Twitter* en un espacio privilegiado para analizar cómo se construyen y disputan los sentidos en la esfera pública digital. Las plataformas como X son un espacio de reproducción de antagonismos en el que se refuerzan identidades. Su capacidad para marcar temas y marcos interpretativos la vuelve fundamental para la disputa política (Annunziata et al, 2024; Schuliaquer y Vommaro, 2020). Estos/as autores/as subrayan que el debate público segmentado por la lógica algorítmica fomenta y fortalece los procesos de polarización, en particular de la polarización afectiva a través de la sobrerrepresentación de fuertes sentimientos políticos.

Como dijimos, en la actualidad las redes sociales son el principal medio para el intercambio discursivo y en el caso de X sus usuarios dedican gran parte de su tiempo al intercambio de asuntos público-políticos. Como sostiene Natalia Aruguete (2023) “aunque no sea una red social representativa de la opinión pública, permite entender el sentido del debate en un determinado momento”(p. 133).

¿Qué rol tienen los medios de comunicación y periodistas en la configuración del discurso en X?

Los medios de comunicación y periodistas desempeñan un papel central en la configuración del discurso público en *Twitter*. A través de la difusión de noticias, la cobertura de eventos y la interacción con audiencias, los medios no solo informan, sino que también influyen en la agenda pública y en la forma en que se interpretan los acontecimientos. Analizar cómo los medios y periodistas utilizan X permite comprender las estrategias discursivas que emplean para construir narrativas, legitimar fuentes y posicionarse en debates sociales y políticos. Para Alejandro Rost (2011), *Twitter* opera como una caja de resonancia de los acontecimientos: por un lado, esta red social funciona como una extensión de los medios masivos y por otro, existen acontecimientos que no surgen inicialmente en los medios de comunicación tradicionales pero que ocupan un espacio en la agenda pública a través de la difusión que los usuarios de las denominadas redes sociales online realizan. Por lo tanto, el análisis de los posteos de medios de comunicación y de periodistas estrellas en *Twitter* es fundamental porque:

- Tienen la capacidad de establecer la agenda pública, es decir, determinar qué temas son relevantes y cómo deben ser discutidos: los medios seleccionan y jerarquizan la información, influyendo en lo que el público percibe como importante. En *Twitter*, esta función se amplifica debido a la velocidad y el alcance de la plataforma, lo que convierte a los medios y periodistas en “gatekeepers” (guardianes de la información) digitales.
- Utilizan *Twitter* para viralizar contenidos, a menudo apelando a emociones como la indignación, el miedo o la solidaridad. Para ello, suelen emplear recursos como titulares impactantes, imágenes dramáticas o narrativas polarizantes para generar *engagement* y amplificar su alcance. Esta viralización no solo afecta la difusión de noticias, sino también la forma en que se interpretan los hechos. Ernesto Calvo (2019) señala que los ciclos de atención en *Twitter* son extremadamente cortos, lo que lleva a los medios a priorizar contenidos sensacionalistas o conflictivos para mantenerse relevantes.
- Enmarcan los acontecimientos, es decir, los presentan desde una perspectiva particular que influye en cómo son interpretados por el público. Silvio Waisbord (2013) analiza cómo los periodistas utilizan *Twitter* para construir narrativas que refuerzan su autoridad y credibilidad. Este autor destaca que, en un contexto de desinformación y noticias falsas, los periodistas estrellas se posicionan como “fuentes confiables”, utilizando la plataforma para validar información y desmentir rumores.
- Participan en la polarización del discurso público. Natalia Aruguete y Ernesto Calvo (2020), en su trabajo conjunto “*Fake News, Trolls y otros encantos*”, sostiene que los medios y periodistas pueden contribuir a la fragmentación de la esfera pública al alinearse con posiciones ideológicas específicas y atacar a sus opositores. Esta polarización se ve reforzada por algoritmos que priorizan contenidos conflictivos y por la formación de “burbujas de filtro”, donde los usuarios solo interactúan con información que confirma sus creencias. En este contexto, los medios y periodistas estrellas no son actores neutrales, sino que desempeñan un papel activo en la construcción de identidades políticas y en la exacerbación de conflictos sociales.
- Pueden ser vehículos de discursos de odio, ya sea de manera intencional o inadvertida. Por ejemplo, la cobertura mediática de ciertos temas, como la migración o la diversidad sexual, puede generar estigmatización y exclusión. En *Twitter*, estos discursos se amplifican debido a la viralización y la falta de moderación en muchos casos. Analizar los posts de medios y periodistas en dicha red permite identificar de qué manera se difunden, las modalidades que adquieren estos discursos, cómo se legitiman o cuestionan en la esfera pública.

¿Cuál es la relevancia de analizar los discursos de odio como materialidad discursiva?

Una de las problemáticas más preocupantes en la esfera pública digital es la proliferación de discursos de odio, que incluyen mensajes de racismo, sexismo, homofobia y otras formas de violencia simbólica. Estos discursos dan cuenta de tensiones sociales y contribuyen a normalizar la exclusión y la discriminación. Recopilar, seleccionar y analizar discursos de odio en *Twitter* es clave para comprender cómo se construyen y difunden estas narrativas, así como para identificar estrategias de resistencia y contra-discurso.

¿Por qué pensar los discursos de odio como un discurso político –digital-?

Los discursos de odio pueden ser pensados como un discurso político digital porque operan como instrumento de movilización, polarización y construcción de identidades políticas. A través de las plataformas digitales, en particular de X, estos discursos se viralizan lo que los



convierte en elementos destacados de las disputas políticas contemporáneas. Los DDO expresan divisiones sociales, pero también las producen y refuerzan, transformando el espacio digital en un campo de batalla. Como vimos, este tipo de discursos tienen una función política específica: la de establecer fronteras simbólicas entre un "nosotros" y un "ellos". En el contexto digital, estas fronteras se refuerzan a través de la creación de comunidades en línea que comparten valores y adversarios comunes. De ahí que, el DDO no solo excluye a ciertos grupos, sino que también cohesiona a quienes lo comparten, generando identidades políticas basadas en la oposición e intolerancia al otro.

Actividad (de entrega obligatoria): El armado del corpus de análisis

1. Conformar un grupo de trabajo (máximo cuatro integrantes).
2. Descargar y leer el documento: "Construcción del corpus de análisis. Criterios y dimensiones para su delimitación" elaborado por la prof. JTP Ma. Belén Del Manzo.
3. Explorar la plataforma mediática X (ex *Twitter*) a los fines de:
 - a- Elegir un tuit que provenga de cuentas de medios de comunicación o de periodistas *mainstream* en la red social X (Infobae, Clarín, La Nación, Página/12, TN, La Nación +).
 - b- El encuadre temático del tuit seleccionado debe remitir a alguno de los tipos de DDO y/o objetos de odio categorizados en el material de lectura referenciado.
 - c- El tuit a analizar deberá tener como mínimo 15 respuestas/comentarios de los cuales se elegirán entre 5 y 10 mediante captura de pantalla.
 - d- El tuit elegido debe reenviar a una nota del diario digital la cual debe ser leída en su totalidad para poder contextualizar los intercambios en la red social X.
 - e- Ocultar la identificación de los usuarios y numerar las respuestas para el análisis de los enunciados verbo -visuales.
 - f- La búsqueda y selección resultante se compilará en un archivo que será entregado impreso para su revisión. El material tiene que tener los datos completos (apellidos, nombres y legajo) de los/as/es integrantes del grupo.

Importante: La selección resultante se constituirá en el corpus de análisis de cada grupo y será requerida para las siguientes actividades de aprendizaje y evaluación de la cursada.

Bibliografía obligatoria

Del Manzo, Ma.B.(2025). [Construcción del corpus de análisis Criterios y dimensiones para su delimitación](#). Material de estudio.Introducción a los Estudios del Lenguaje y los Discursos., Facultad de Periodismo y Comunicación Social,UNLP.