



Esta obra está bajo una [Licencia Creative Commons
Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)

El discurso político en un grupo de compra y venta en Facebook. Análisis del grupo “Mercado Libre Olavarría” de la ciudad de Olavarría en el año 2019

Leandra Bustamante y Santiago Garralda

Actas de Periodismo y Comunicación, Vol. 6, N.º 2, octubre 2020

ISSN 2469-0910 | <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas>

FPyCS | Universidad Nacional de La Plata

El discurso político en un grupo de compra y venta en Facebook. Análisis del grupo “Mercado Libre Olavarría” de la ciudad de Olavarría en el año 2019

Leandra Bustamante

bustamantelean.lb@gmail.com

Facultad de Ciencias Sociales
Universidad Nacional del Centro
de la Provincia de Buenos Aires | Argentina

Santiago Garralda

santiagomgarralda15@gmail.com

Facultad de Ciencias Sociales
Universidad Nacional del Centro
de la Provincia de Buenos Aires | Argentina

Resumen

En esta ponencia, se presenta la indagación de una selección de interacciones comunicativas de usuarios del grupo de Facebook de compra y venta denominado “Mercado Libre Olavarría”, durante el acto electoral argentino del año 2019 para el período 2020-2024. En términos generales, la investigación intenta responder a dos preguntas: ¿Cuáles son los tópicos que generan un desplazamiento del objetivo principal del grupo ligado a la compra y venta? y ¿cómo los usuarios construyen el discurso político basado en la polarización de dos propuestas electorales? Estas cuestiones surgen al visualizar una desviación de supuestos iniciales sobre las acciones esperadas en este espacio digital, y un alejamiento del eje temático que tiene en sí un grupo de compra y venta digital en Facebook.

Esta investigación, se interesa por el discurso de publicaciones y comentarios dentro de un grupo de compra y venta digital. Se enmarca desde el Análisis Crítico del Discurso; se trabaja desde la teoría

crítica, la lingüística, la política, la economía, las nuevas tecnologías y las plataformas digitales. Las interacciones seleccionadas, abarcan una amplia línea de problemáticas sociales. Además, en ellas se encuentran discursos políticos a favor y en contra de una u otra propuesta electoral, marcada bajo la polarización de dos partidos: Frente de Todos y Juntos por el Cambio.

El trabajo se desarrolla a partir de una red social en la que el lenguaje que predomina tiene reglas gramaticales propias que se caracteriza por ser informal. En este sentido, el grupo de compra y venta digital en Facebook "Mercado Libre Olavarría", es parte de una comunidad discursiva que tiene un fin determinado que es comprar y vender; y brinda la posibilidad a sus miembros de interactuar, dando lugar al comentario digital; que es uno de los puntos claves en la investigación.

Palabras clave

Discursos, comunidad digital, usuarios.

1. Introducción

En el presente trabajo, se propone indagar las interacciones comunicativas de usuarios en el grupo de compra-venta Mercado Libre Olavarría (MLO). El análisis se da a partir de la selección de cuatro publicaciones y comentarios; cada interacción difiere en su contenido. Esta investigación es de gran importancia porque aporta un análisis poco explorado, que indaga el discurso en publicaciones y comentarios de un grupo de compra y venta digital. Sin embargo, hay trabajos que analizan los comentarios digitales como género discursivo. Tal es el caso de Sal Paz (2016), quien realiza un interesante artículo acerca de los comentarios digitales en el Diario La Gaceta de Tucumán. Ese es el antecedente más cercano y del que se nutre esta investigación.

Este análisis parte de dos preguntas fundamentales que surgieron a medida que el corpus se estaba conformando: ¿Cuáles son los tópicos que generan un desplazamiento del objetivo principal del grupo ligado a la compra-venta? ¿Cómo los usuarios construyen el discurso político basado en la polarización de dos propuestas electorales -Alberto Fernández (Frente de Todos) y Mauricio Macri (Juntos por el cambio)-? A partir de estas preguntas, se plantean dos hipótesis. En relación a la primera pregunta, la inmigración, la necesidad de trabajar y poder subsistir, la discusión política, la inseguridad y la violencia son tópicos que provocan el desplazamiento del objetivo principal del grupo. En relación a la segunda, los usuarios realizan una selección léxica relacionada a posicionamientos políticos socialmente reconocidos por la sociedad argentina para referirse tanto a la gestión de Mauricio Macri como a la gestión de gobierno de Cristina Fernández, ya sea en términos negativos o positivos.

2. Marco teórico

a. Análisis crítico del discurso

Hablar de discurso es, ante todo, hablar de una práctica social, de una forma de acción entre las personas que se articula a partir del uso lingüístico contextualizado, ya sea oral o escrito. El discurso es parte de la vida social y a la vez un instrumento que crea la vida social (Calsamiglia y Tusón;1999; p.15).

Para la presente investigación, se utiliza el Análisis Crítico del Discurso (ACD). Es entendido por Teun van Dijk como "...un tipo de investigación analítica sobre el discurso que estudia primariamente el modo en que el abuso del poder social, el dominio y la desigualdad son practicados, reproducidos, y ocasionalmente combatidos, por los textos y el habla en el contexto social y político" (van Dijk, T; 1999; p.23) Lo que busca el ACD es visibilizar a aquellos sectores que carecen de poder y entidad. Cabe destacar que es crítico porque toma problemas que se relacionan con las desigualdades sociales para ver cómo estas se reproducen a partir del discurso, en otras palabras, busca los medios para transformar el mundo. Asimismo, una de sus características más importantes es no dar nada por sentado, romper con el sentido común, "...abrir estos significados a muchas lecturas, al debate, a la discusión, a lo que también llamamos desmitificar textos cuando encubren ciertas ideologías latentes..." (Colorado, C; 2010; p.584)

En este sentido, se entiende que en los comentarios se construyen discursos políticos. Van Dijk hace referencia a esto y a su respectivo análisis diciendo que "...se considera a los usuarios del lenguaje como miembros de comunidades, grupos u organizaciones y se supone que hablan, escriben o comprenden desde una posición social específica..." (van Dijk, T; 1998; p.16) Dicho esto, los usuarios que aparecen en las interacciones seleccionadas son parte de una comunidad digital y comentan desde una posición social específica, tanto a favor como en contra de la gestión de Cambiemos (2015-2019), liderada por Mauricio Macri, y de la anterior (los doce años que se repartieron entre Néstor Kirchner y Cristina Fernández). Asimismo, el autor agrega que "en relaciones de dominación, dicho discurso ideológico puede servir para sustentar o bien para cuestionar dichas posiciones sociales." (van Dijk, T; 1998; p.16)

Siguiendo con el concepto de ACD, Wodak (2010) sostiene que el análisis "...se interesa en estudiar los problemas sociales a través del lenguaje; pero también a través de muchas otras disciplinas..." (Colorado, C; 2010; p.583) Este carácter de multidisciplinariedad logra que el enfoque sea más crítico. Se puede justificar lo planteado con esta investigación, en

la que debemos trabajar desde la teoría crítica, la lingüística, la política, la economía, las nuevas tecnologías y las plataformas digitales.

Por otro lado, "...el análisis crítico del discurso cuenta con ocho principios básicos..." (van Dijk, T; 1999; p. 25) que Fairclough y Wodak resumen en:

1. El ACD trata de problemas sociales
2. Las relaciones de poder son discursivas
3. El discurso constituye la sociedad y la cultura
4. El discurso hace un trabajo ideológico
5. El discurso es histórico
6. El enlace entre el texto y la sociedad es mediato
7. El análisis del discurso es interpretativo y explicativo
8. El discurso es una forma de acción social

En este trabajo, se toma como referencia los principios uno, cuatro, siete, y ocho. Se considera que las interacciones de las que parte esta investigación, abarcan problemáticas sociales tales como el desempleo, la inmigración, el exilio, etcétera; además, se observa que el discurso posee tintes políticos de donde se desprende también lo que nosotros interpretamos como discursos políticos subyacentes de cada uno de los usuarios, dando lugar a que los demás miembros del grupo puedan accionar -en términos de interactuar- sobre las publicaciones.

Un aspecto a tener en cuenta en el Análisis Crítico del Discurso son las estrategias discursivas para el control de la mente de los sujetos, parafraseando a van Dijk, en un marco de ACD, el control de la mente implica más que la adquisición de creencias sobre el mundo por medio del discurso y de la comunicación (van Dijk, 1999) Para agregar, van Dijk sostiene que "...aquellos grupos que controlan los discursos más influyentes tienen también más posibilidades de controlar las mentes y las acciones de los otros" (van Dijk, T; 1999; p. 26).

En cuanto a la aproximación histórica -rasgo también importante del ACD, según Wodak-, se sostiene y se reafirma, que esta investigación se realiza en un contexto de elecciones gubernamentales en Argentina, donde la polarización de dos propuestas es foco fundamental de los medios masivos de comunicación y de las tan utilizadas redes sociales. Además, se entiende que si el eje de la cotidianeidad de los argentinos no estuviese atravesado por una situación donde la política se encuentra a flor de piel, y donde las medidas de la gestión de Cambiemos (2015-2019) no hayan sido tan abruptas, tal vez la aproximación histórica de este análisis sea diferente.

Por otra parte, es importante remarcar la noción teórica de los niveles micro y macro que forman un todo unificado; es una relación recíproca. Parafraseando a van Dijk, se puede decir que el discurso y otras interacciones llevadas a cabo por actores sociales pertenecen a lo que se denomina el micro nivel del orden social; mientras que por otro lado, las instituciones, los grupos y las relaciones que se dan en ellos y, por tanto, el poder social son considerados parte del macro nivel. El autor agrega que "...los nexos entre los niveles macro y micro del análisis pueden ser articulados a partir de las dimensiones superiores de los acontecimientos de comunicación: los Actores, sus Acciones (incluyendo el discurso) y Mentalidades, y sus Contextos. Ellas proporcionan el marco que nos permitirá explicar cómo los actores sociales y los usuarios del lenguaje consiguen ejercer, reproducir o desafiar el poder social de los grupos y de las instituciones". (van Dijk, T; 1999; p. 26)

Si este planteo se relaciona con este trabajo, en el micro nivel se encuentran las interacciones de los usuarios en las publicaciones elegidas; mientras que en el macro se ubica al grupo de compra y venta MLO, Facebook e internet.

b. Género discursivo

Cualquiera sea el género dónde nos posicionemos, la materia prima con la que trabajamos es siempre el relato (Irigaray, F y Lovato, A; 2015; p.9)

Retomando a Mijail Bajtin, el género discursivo es una forma de enunciado exigida por diferentes esferas de la lengua. En palabras del autor "*cada enunciado separado es, por supuesto, individual, pero cada esfera del uso de la lengua elabora sus tipos relativamente estables de enunciados, a los que denominamos géneros discursivos*" (Bajtin, M; 1982; p. 3) Hay que tener en cuenta que los géneros discursivos son varios, y que en cada esfera cultural hay una amplia cantidad y van creciendo y desarrollándose junto con la esfera. En otras palabras, para cada esfera de la vida social hay varios géneros distintos. En este caso, el género con el que se trabaja es publicaciones y comentarios digitales en un grupo de compra y venta online; según Julio Sal Paz -investigador del CONICET-, el comentario digital es "...un género interactivo prototípico del ciberespacio, que se distingue, fundamentalmente, por su carácter multidireccional, abierto, colaborativo y participativo, producido e interpretado por usuarios en el ámbito de prácticas discursivas y comunidades particulares". (Sal Paz, J; 2016; p. 162)

El género de este trabajo, tiene una particularidad en cuanto a la escritura, ya que en las redes sociales no se pone énfasis en seguir estructuras y reglas de redacción que se base en una buena ortografía, utilización de tildes y demás componentes léxicos que hacen a

una escritura correcta; como sí sucede en el ámbito académico, sólo por mencionar un ejemplo (ver punto c, donde se profundiza esta afirmación).

En cuanto al tema y al estilo de un género discursivo, se puede decir que el primero es de lo que habla un género; agregamos que está dado por aquellos temas que no pertenecen al género. El segundo, refiere, según Bajtín, a una vinculación de distintas unidades temáticas y, lo que considera más importante, a diferentes unidades composicionales. Por otra parte, la estructura del género es el orden fijo que debe ser respetado; y la acción social es lo que se hace discursivamente con el género. Se puede agregar que estas interacciones poseen una dimensión dialógica, un carácter contestatario, en el que se depende de otros para que el discurso sea constitutivo, es decir que, en MLO el usuario que publica espera que los demás miembros respondan.

c. Comunidades discursivas y digitales

El grupo Mercado Libre Olavarría es parte de una comunidad discursiva. John Swales define comunidad discursiva a partir de seis características fundamentales (Swales, J; 1990; pp.25,26,27,28 y 29) que es posible visualizar en MLO:

1. Una comunidad discursiva tiene un conjunto de propósitos públicos que están ampliamente consensuados. Si bien MLO tiene un propósito, que es comprar y vender, hay una desviación de ese eje en las cuatro interacciones que seleccionamos, que no está explícitamente consensuada.
2. Una comunidad discursiva tiene mecanismos de intercomunicación entre sus miembros. El grupo da la posibilidad a sus miembros que interactúen entre sí, ya sea a través de comentarios, reacciones con emojis, mensajes privados, etcétera.
3. Una comunidad discursiva usa sus mecanismos de participación principalmente para dar información y generar respuestas (feedback). Los participantes utilizan el grupo como una herramienta accesible para comprar, vender, hacer reclamos, entre otras, logrando de esta manera generar conversaciones. Se relaciona con la estructura del género, en el que se publica con el fin de obtener respuestas.
4. Una comunidad discursiva utiliza y por tanto posee uno o más géneros discursivos para la realización comunicativa de sus propósitos. MLO posee otros géneros además de publicaciones y comentarios en un grupo de compra y venta online, tales como fotos, memes, chistes, etcétera.
5. Además de poseer géneros discursivos, toda comunidad discursiva ha adquirido un léxico específico. Se relaciona con la forma de escritura predilecta que hay en las redes sociales, la cual en su mayoría, es informal y casual. Complementamos esto

con lo planteado por la autora Michel Terira (2013), quien afirma que "Casos comunes en las redes es el uso incorrecto de las letras b, v, s, c, z, mayúsculas, minúsculas, eliminación de vocales. Incluso se halla la 'oralidad escrita, la 'escritura oralizada', es decir que se escribe como se habla o se habla como se escribe (Vaquero, 2012). También se encuentran cambios intencionados de las palabras..." (Terira, M; 2013; p.1)

6. Toda comunidad discursiva debe tener una cantidad mínima de miembros que posean un manejo experto del discurso y un nivel adecuado de contenidos relevantes para ella. Mercado Libre Olavarría posee miles de usuarios que constantemente se renuevan, aceptan las reglas que los administradores proponen, aunque algunos de ellos, no las cumplen ni respetan.

Ahora bien, se considera que el grupo de compra y venta digital en Facebook -con sus respectivos comentarios y publicaciones- se enmarca dentro de lo que se llaman comunidades digitales. Estas son "...agregados sociales que surgen de la Red cuando una cantidad significativa de gente lleva a cabo discusiones públicas durante bastante tiempo, con suficientes sentimientos humanos como para formar redes de relaciones personales en el espacio cibernético" (Sanz Martos, S;2011; p.8) Son hombres y mujeres, jóvenes y adultos, unidas por un interés en común; en el caso presentado es comprar y vender¹ a través de un grupo de Facebook.

Asimismo, Facebook es una plataforma multimediática, que en sus inicios fue presentada por su creador -Mark Zuckerberg- como un anuario escolar personalizado pero en formato virtual y por lo tanto digital, utilizado en ese entonces solamente por estudiantes de la Universidad de Harvard de la que Zuckerberg era estudiante. En la actualidad y al pasar un tiempo desde su creación, esta plataforma funciona como una "...interfaz de publicación personal transparente y semántica..." (Gurevich, A; 2018; p.21)

Según el autor Ariel Gurevich, Facebook busca extender y profundizar la vida social y los canales de comunicación; sostiene además que "<<Compartir>> cada vez más y mejor a través de un perfil único hace que las personas sean responsables por sus dichos y sus actos" (Gurevich, A; 2018; p.21) Para cerrar este apartado, desde Conectar Igualdad sostienen que: "Las nuevas tecnologías y los avances en el mundo digital están dando lugar a profundas transformaciones socioculturales que afectan a las comunidades, a los individuos, a los gobiernos y a las industrias. La información que se produce y circula en Internet, el crecimiento sostenido del número de usuarios conectados y el modo en que todos los participantes y se apropian de este universo online describen el escenario actual" (Conectar Igualdad; 2012; p.5).

3.a. Descripción del corpus

El corpus está constituido por cuatro publicaciones del grupo de Facebook de compra y venta Mercado Libre Olavarría y los comentarios que se consideran más relevantes de cada una. Son relevantes porque permiten visualizar el desplazamiento del eje central del grupo; para observar cómo funciona el grupo y ver de qué manera se produce esta desviación, se eligieron dos interacciones más que siguen el propósito de MLO. Si bien no serán analizadas a partir de las categorías semánticas, es importante describirlas desde el Modelo Speaking. Cabe destacar, que las publicaciones fueron realizadas en los meses marzo, agosto, septiembre y octubre del año 2019.

En primera instancia, se visualiza cómo los usuarios de MLO se desvían del eje temático y objetivo principal del grupo, que es comprar y vender; tal cual lo especifican los administradores en las reglas. Se nota que en el grupo, además de publicaciones de compra y venta, también aparecen otras con tintes de humor, reclamos, "escraches" y política. Sin embargo, llama la atención cómo en las interacciones donde no se menciona a la política explícitamente, surgen en sus comentarios discusiones con respecto a esta temática. Por lo tanto, el corpus tiene un criterio de selección que sigue esa premisa.

Mercado Libre Olavarría es un grupo de compra y venta de artículos varios que se creó el 13 de agosto de 2015, circula en la plataforma Facebook y cuenta con 131.870 miembros de la ciudad de Olavarría y alrededores (al momento de realizar el análisis) La cifra de integrantes crece cada día; 19 de ellos son administradores y moderadores. Para ingresar al grupo, basta con mandar una solicitud y responder a la pregunta "¿Qué te interesa hacer en el grupo?" Luego de eso, cualquier miembro del grupo puede aceptar el pedido de ingreso. Por otra parte, la plataforma entrega insignias identificatorias a aquellas personas generadoras de contenido. Las insignias son: nuevo miembro, generador de conversación y narrador visual. El generador de conversación es el que logra un mayor número de comentarios en sus publicaciones y lo hace de manera continua; el narrador visual es aquel miembro que suele publicar, en su mayoría, imágenes (ver imagen de Insignias y corpus seleccionado en el anexo)

En lo que refiere al género discursivo que se analiza en este trabajo, se trata de publicaciones y comentarios para comprar y vender de manera online en un grupo de compra-venta digital de Facebook. La estructura de las interacciones seleccionadas se repite en las demás publicaciones, es decir, que en términos generales todas coinciden en su contenido y en la forma en la que los usuarios se desenvuelven dentro de estos grupos. Para ser más específicos, las publicaciones se organizan de la siguiente manera: un usuario X publica un mensaje con la intención de comprar o vender algún artículo, otorgando la posibilidad a otros usuarios que interaccionen de la misma manera, es decir, con imágenes, textos, emojis, etcétera. Asimismo, los participantes pueden utilizar los

distintos botones que Facebook ofrece (me gusta, responder, compartir, emojis), y la más novedosa, que permite reaccionar haciendo alusión a las emociones de las personas (me encanta, me divierte, me entristece, etcétera).

En referencia a la descripción de las normas de interacción del género, las publicaciones son respondidas con puntos suspensivos para que se mantengan entre los primeros lugares y, de esa manera, no se pierda en el montón de interacciones que son constantes en grupos de compra y venta, y particularmente en MLO que cuenta con miles y miles de usuarios; a su vez, en las publicaciones se suele poner el precio de lo que se vende. Las respuestas muchas veces - otras, en cambio, consultan por si sigue disponible lo que se ofrece o cuánto cuesta.- no tienen que ver con la publicación original.

En términos formales, el tema del grupo es compra y venta, sin embargo, aparecen otras temáticas que es lo que se analiza en las interacciones seleccionadas. Se puede decir, que en los grupos de compra y venta y en la plataforma Facebook, suele haber reglas que permiten o restringen ciertas publicaciones. En MLO, hay una serie de reglas que los administradores ponen al inicio del grupo y que deben seguirse por los usuarios a la hora de publicar, de adecuarse bien a las normas establecidas, los estados seguirán en pie, de lo contrario, los demás usuarios pueden denunciar las publicaciones y siguiendo esto, los administradores las eliminarán. Esto normalmente lleva un tiempo prolongado, ya que los administradores son minoría en comparación a los miembros totales del grupo. Cabe destacar, que estas reglas también se aplican para los comentarios de las publicaciones.

Por otro lado, el estilo del género que se analiza es variado: se utiliza un lenguaje informal en la mayoría de los casos, además del uso de un estilo más bien coloquial. La acción social del género es comprar y vender, y lo interesante de este análisis es el desplazamiento de esta acción social en el corpus seleccionado.

b. Contexto de cultura

Por último, las interacciones elegidas para este corpus se enmarcan en un contexto político, donde el acto electoral y las medidas llevadas a cabo por la gestión de gobierno de Cambiemos (2015-2019) son parte de la cotidianeidad de los usuarios del grupo y de la sociedad en sí. Con respecto al contexto político en Argentina -al momento de realizar esta investigación- se estaban desarrollando las elecciones nacionales, donde el pueblo elige a sus representantes. Es importante destacar, que en Argentina existen dos frentes electorales que concentran un alto porcentaje de los votos, una polarización de dos sectores partidarios; por un lado, tenemos al Frente de Todos –encabezado por Alberto Fernández y Cristina Fernández de Kirchner- y, por el otro, a la alianza Juntos Por El Cambio –encabezada por Mauricio Macri y Miguel Ángel Pichetto-. Por otra parte, cuando

se habla de las medidas llevadas a cabo por la gestión anterior (2015-2019) –conducida y gestionada por Mauricio Macri - se hace referencia a las fuertes políticas de ajuste que golpearon de manera desmedida a los sectores y clases más bajas y medias de nuestro país. Ajustes como aumento de impuestos, combustibles, alimentos de la canasta básica; una fuerte inflación que ataca a la clase trabajadora; sumada la creciente deuda con el Fondo Monetario Internacional, entre otras medidas que mantuvieron en alerta al país. En resumen, Argentina estaba atravesando un contexto social y político desfavorable, en el que aparece una desigualdad social que va en aumento y un “ellos y nosotros”, remitiendo al autor Richard Hoggart² que señala a “ellos” como la clase alta y de la que son parte los gobernantes, y a “nosotros” como parte de la cultura obrera. Particularmente, en el grupo de compra y venta elegido y en las interacciones seleccionadas, aparece esta grieta de desigualdad social sin necesidad de que se haga alusión al tema.

4. Conclusiones

A partir del análisis realizado en esta investigación, es posible llegar a dos conclusiones. En primer lugar, existen tópicos que efectivamente logran desplazar la acción social del género que se analiza. Estos son: la inseguridad y la denuncia social de la misma, el pedido y la falta de trabajo; de este se desprenden varios subtemas: el exilio, la discriminación y el rechazo a las personas de otras nacionalidades, particularmente latinoamericanas; la confrontación entre sujetos que son afines a la gestión actual y a la anterior, y el debate político entre las dos posturas ideológicas que predominan en el país, y que son las que polarizan el acto electoral llevado a cabo en el 2019.

En segundo lugar, los usuarios construyen un discurso político basado en las dos propuestas políticas mencionadas, a partir de sus posicionamientos y al estar instalada la polarización en la sociedad, y el foco puesto solamente en ambas fórmulas. Estas, califican como las que mayor movimiento de gente poseen entre sus militantes y seguidores, y destacan por su protagonismo en los medios masivos de comunicación. Además, queda de manifiesto que los usuarios utilizan un lenguaje específico para referirse, ya sea de manera positiva o negativa, a la actual gestión de gobierno o a la anterior. Los usuarios aluden a que si otro usuario defiende o critica a una de estas fórmulas, automáticamente es votante del mismo.

Por último, queda pendiente para futuras investigaciones ampliar el corpus para desarrollar nuevos tópicos y para ver cómo se sigue construyendo el discurso político en los usuarios de Mercado Libre Olavarría luego de la finalización del proceso electoral.

Referencias

Bajtín, M. (1982). El problema de los géneros discursivos en Estética de la creación verbal. Siglo XXI Editores

Calsamiglia, E. y Tusón, A. (1999). Las Cosas del Decir. España: Ariel.

Colorado, C. (2010). Una mirada al Análisis Crítico del Discurso. Entrevista con Ruth Wodak. Barcelona: Discurso y Sociedad.

Conectar Igualdad. (2012) Consumos culturales digitales: jóvenes de 13 a 18 años. EducAR y Canal Encuentro

Gurevich, A. (2018) La vida digital: intersubjetividad en tiempos de plataformas sociales. Buenos Aires: Crujía futuribles

Hoggart, R. (2013) La cultura obrera en la sociedad de masas. Buenos Aires. Editorial Siglo XXI

Irigaray, F. y Lovato, A. (2015). Producciones transmedia de no ficción: análisis, experiencias y tecnologías. Rosario, Argentina: Universidad Nacional de Rosario

Kerbrat Orechionni, C. (1986) La enunciación: de la subjetividad al lenguaje. Edicial Universidad

Sal Paz, J. (2016) El comentario digital como género discursivo periodístico. Análisis de La Gaceta de Tucumán. Aposta Digital

Sanz Martos, S. (2011) Comunidades virtuales.

Swales, J. (1990) Genre analysis - El concepto de comunidad discursiva. Inglaterra: Universidad de Cambridge

Terira, M. (2013) La escritura en redes sociales. Ecuador: Universidad San Francisco de Quito

van Dijk, T. (1999). El Análisis Crítico del Discurso. Barcelona: Anthropos.

van Dijk, T. (2003). Ideología y Discurso. Barcelona: Ariel.

Anexo

Interacción 1

6 de marzo a las 12:59 · 🌐

Para una chica llegada de Venezuela por favor ayudemosla conseguir un trabajo mandar msj privado muchas gracias

👍👎👏 118 756 comentarios 27 veces compartido

Porque no se queda en Venezuela y lucha por su país, sabes los argentinos que necesitan trabajo???

Me gusta · Responder · 26 s

Buen lugar eligió...justo busca lo que más falta. Yo que ella hubiera ido a EEUU, que le queda más cerca. Y ahorra en pasaje. Acá falta trabajo, todos los días hay despidos. No se informan?

No soy sectario ni excluyente pero hay mucha gente de acá buscando trabajo

Hay muchos y muchas argentinas que están si trabajo y nadie se preocupa primero están los Argentinos me parece

Me gusta · Responder · 26 s

Que mal che, que vayan los Argentinos a pedir laburo al extranjero jeje lo sacan cagando, que injusticia no, muchos argentinos sin laburo buscando trabajo de lo que sea y los que vienen de afuera les pagan unos mangos menos y se quedan con el trabajo, que injusticia che .

Me gusta · Responder · 26 s

Que mal che, que vayan los Argentinos a pedir laburo al extranjero jeje lo sacan cagando, que injusticia no, muchos argentinos sin laburo buscando trabajo de lo que sea y los que vienen de afuera les pagan unos mangos menos y se quedan con el trabajo, que injusticia che .

Me gusta · Responder · 26 s

si hay argentinos mejor preparados no pasaría esto

Me gusta · Responder · 26 s

que los venezolanos estan mejores preparados?

Me gusta · Responder · 26 s

Ver 19 respuestas más

Porque no se queda en Venezuela y lucha por su país, sabes los argentinos que necesitan trabajo???

Me gusta · Responder · 26 s

No soy sectario ni excluyente pero hay mucha gente de acá buscando trabajo

Interacción 2

CUIDADO GENTE ZONA PRIGLES Y COLON ANDAN 3 PENDEJOS TANTEANDO AUTOS!!!!!!!
SALIERON COMO PARA EL LADO DEL HOSPITAL YO LOS VI Y GRITÉ PERO TODO EL SACRIFICIO QUE UNO HACE ESTOS HDP TE LO ROBAN Y VENDEN X DOS MANGOS EN DOS SEGUNDOS!!!!
CUIDADO!!!!!!!

👍👎👏 79 97 comentarios 56 veces compartida

Me gusta · Comentar · Compartir

Que futuro hablas Ana esta si que es herencia de macri que cara duras que son no se hacen cargo de nada igual que el mismo presidente que fantasma x dios si lo caga la mujer le va hechar la culpa a los k también

Pondré todo el cuidado del mundo pero te digo anda acostumbrándote xq este es el futuro que nos espera

Me gusta · Responder · 5 s

Ana q cara roto sos r macristra

Me gusta · Responder · 5 s

Interacción 3

2 de marzo a las 13:57 · 🌐

Esto es una página de compra venta o un foro de discusión de Política? Me tienen las bolas llenas.

👍👎👉 82

53 comentarios

Perdón jamás opino de política porque en realidad ya uno se cansa de ver que dicen siempre lo mismo! Coincido acá con este hermano argentino y la tiene más que clara con lo que les dice, no hay peor ciego que el que no quiere ver, ni pero sordo que el que no quiere oír!! La Argentina fue siempre igual, gobierno quien gobierno! Soy madre soltera, laburo de lunes a sábados, y siempre labure!! Lo que tengo es por esfuerzo propio! Veo que todo el mundo publica sobre macri y demás, pero a su vez veo miles de fotos comiendo asados y yéndose de vacaciones cuando les toca!! Entonces hasta donde está tan en crisis este país???? Déjense de joder!! Primero que a macri le chupa un huevo nuestra opinión y otra que ni se va a tomar el tiempo de leer las descargas de ustedes!! P.D también alquilo y vivo o sobrevivo gracias a mi laburo y mi esfuerzo!! Gasten energías más vale en hacer una huerta y criar animales ya que tan mal estamos!! Pero se que eso no va a pasar porque para eso vienen los de afuera a realizar los laburos que nosotros no queremos hacer!!! Y después son los primeros que critican y piden que se vayan de nuevo a su país! Llegamos a ir nosotros y saben como nos rajan?? Pero no por ser argentinos sino por ser vagos porque no nos gusta laburar! Saludos

Me gusta · Responder · 28 s

asi son los k 🤔 1

Me gusta · Responder · 28 s

asi son los globoludos 👍 2

Me gusta · Responder · 28 s

Pasa que en sus casas no les dan bola y acá siempre alguno se presta para decir y no hacer

Me gusta · Responder · 28 s

Ke manga de pelotudos los ke siguen defendiendo a este gobierno

Me gusta · Responder · 28 s

Sabes cómo las tengo yo con el sorete de Macri?

Me gusta · Responder · 28 s

👍 7

Interacción 4



is ▶ Mercado Libre ...

Olavarria.

Generador de conversación · Ayer · 🌐

Regalo leche, a quien realmente necesite

👍👎👉 96

87 comentarios

5 veces compartida

Me gusta · Comentar · Compartir

Ver 35 comentarios más

Jre ... z entregas x zona oeste para mis nietos nesecito

Me gusta · Responder · 20 h

... a Tenes

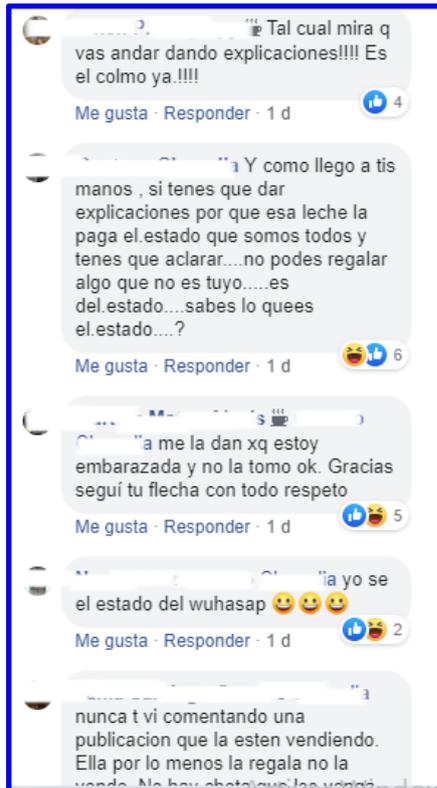
Me gusta · Responder · 19 h

... a Nesecito urgente

Me gusta · Responder · 19 h

s No traes y la preparas también ja ja lo que falta

No traes y la preparas también ja ja lo que falta



Interacción 5



Interacción 6

The image shows a Facebook post and its comments. The post is a black rectangle with white text: "Compro ruedas rod 12 para Fiat 600 y escape completo para Fiat 600". Below the post, it says "1" and "6 comentarios". To the right, a comment thread is visible. The first comment is from a user with a black profile picture, saying "Tengo Dos Llantas 12" with options "23 min", "Me gusta", and "Responder". Below it, a link says "Ver 1 respuesta anterior". There are three more comments from users with black profile pictures: "sisi Safan Las Cubiertas", "básame fotos amigo", and "ahii Te Mande". The last comment is from a user with a car profile picture, saying "De Aleación" with options "23 min", "Me gusta", and "Responder".

Reglas del grupo

The image shows a screenshot of a Facebook group's rules. The title is "Información sobre este grupo". Under "Descripción", it says "En Olavarría y la Zona al servicio de sus miembros". Below that, it lists "REGLAS del GRUPO:" followed by seven numbered rules: 1-No publicar fuera de la ÉTICA y buenas costumbres. 2-No mas de UNA publicación por usuario y por hora 3-No se permite PORNOGRAFIA o sus equivalentes 4-No se permite publicaciones de VIOLENCIA , agresiones,denuncias, difamaciones y sus asociadas o que incite a la misma 5-Ningún tipo de MALTRATO ANIMAL 6-No se permiten PUBLICACIONES ILEGALES o ELEMENTOS ILEGALES 7-PONER PRECIO A VENTAS Y SERVICIOS. At the bottom, it says "Ayuden Denunciando publicaciones fuera de lugar así eliminamos a los desubicados".

Insignias



Notas

¹ La autora Sanz Martos llama a este tipo de comunidades "comunidades de transacción".

² Conceptos brindados por Richard Hoggart en su obra "La cultura obrera en la sociedad de masas".