



UNIVERSIDAD ANDINA  
SIMÓN BOLÍVAR  
Ecuador

# Paper Universitario

## TÍTULO

**DISCURSIVIDAD EN TWITTER: APROXIMACIÓN A SU ESTUDIO**

## AUTOR

**Iván Rodrigo Mendizábal,  
Docente del Área de Comunicación,  
Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador**

**Quito, 2023**

---

### **DERECHOS DE AUTOR:**

El presente documento es difundido por la **Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador**, a través de su **Boletín Informativo Spondylus**, y constituye un material de discusión académica.

La reproducción del documento, sea total o parcial, es permitida siempre y cuando se cite a la fuente y el nombre del autor o autores del documento, so pena de constituir violación a las normas de derechos de autor.

El propósito de su uso será para fines docentes o de investigación y puede ser justificado en el contexto de la obra.

Se prohíbe su utilización con fines comerciales.

## CAPÍTULO 10

# DISCURSIVIDAD EN TWITTER: APROXIMACIÓN A SU ESTUDIO

Iván Fernando Rodrigo Mendizábal 

Universidad Andina Simón Bolívar (Ecuador)

## *Resumen*

El artículo tiene como objeto el análisis de los discursos que se dan en Twitter en el contexto de alguna controversia social o política. Se explica las condiciones sobre las que se establece la comunicación digital, y cómo allá se puede entender el discurso. Esto permite plantear una metodología considerando el paradigma de la interacción y diseminación de mensajes fragmentados y que son posibles de comprenderlos discursivamente en tanto existe un marco de conflictividad. Así, en la aplicación de la metodología propuesta se analiza la discursividad de diversos actores-red desarrollada durante el paro indígena de octubre de 2019 en Ecuador. De este modo, pese a que se examina varias posturas, se observa que tal discursividad representa a un país que se figura emprendedor, afectado por la incursión amenazante de los pueblos originarios.

## INTRODUCCIÓN

Este capítulo se centra en la discursividad en las redes sociales como Twitter. Distinto a los medios de comunicación donde había un redactor y el control de los discursos de los actores sociales vía información, reportajes o crónicas, las redes sociales son entornos donde se dan expresiones sin mediación, más allá de las determinaciones que las plataformas imponen, las cuales se pueden considerar como discursos.

Es así como cualquier otra red social, Twitter es un muro de enunciaciones que cambia ágilmente según cómo los usuarios publiquen mensajes o *posts*, dependiendo de los seguidores y seguidos que el cuenta-usuario lector tenga en su entorno comunicativo. Se puede decir, de este modo, que Twitter es una red que reúne a usuarios, cuya propiedad es ser un repertorio de medios personales: allá, cualquier cuenta-usuario —incluidos grupos, empresas, etc.— es emisor de mensajes respecto a varios temas pese a las cláusulas de la plataforma —140 caracteres, uso de *hashtags*, normas de conversación, etc.—.

Me interesa, en este sentido, las enunciaciones dadas allá, a las que considero, ya sea en su singularidad o en su conjunto, en conexión con una temática o una

controversia, un tipo de discurso cuyo carácter tendría incluso implicancias sociopolíticas.

Estudiar lo que acontece en las redes sociales desde los estudios del discurso es importante tanto más porque es en aquellas donde hay pluralidad de voces que a veces es calificada de sentido común y otras invalidada al punto que ciertas legislaciones tratan de someterlas por ser indeseables y hasta peligrosas. Sean las expresiones que se den, quiero profundizar una metodología, objeto de este artículo, y con ello llevar a los estudios del discurso a orientarse a lo que se comunica en las redes como Twitter. Lo que se planteará en este texto, sin duda, podría aplicarse a otras, aunque cabrían algunas modificaciones. Ante ello, quizá el lector pregunte: ¿Por qué Twitter para el presente caso y no otra red social? La respuesta es inmediata: quizá el sustrato que nos convoca es la dimensión sociopolítica explícita en Twitter, hecho que no siempre se observa en Facebook, Instagram o Tik Tok, pese a que ciertos actores sociales y políticos trataron —y siguen haciendo— de hacer muros de discusión a sabiendas incluso de la “censura” que realizan los algoritmos y que determinan su funcionamiento. Otras razones podrían ser que tales muros se pretenden públicos, abiertos y fáciles de rastrear en tanto los de otras redes son más difíciles gracias a los sistemas que “protegen” la privacidad de los usuarios.

Cabe indicar que ya hay un campo amplio de estudios del discurso. Por ejemplo, desde lo epistémico, cabe citar los trabajos de Pêcheux (1978) o de Foucault (1999; 2003). O metodologías como las de Brown y Yule (1983), Stubbs (1987), Calsamiglia y Tusón (2001), Lozano et al. (2004), Maingueneau (2009); y sobre todo, los estudios críticos del discurso de Van Dijk (1999a; 1999b; 2000; 2005; 2009). Estos han formado tendencias o escuelas como reflejan las aproximaciones sobre el discurso político en Klaus (1979), Mangone y Warley (1994) y Vasilachis (1998). En América Latina la compilación de Harvey (2005) es recomendable, además del panorama de escuelas establecidas de Rodrigo (2018). Sobre el discurso en internet y las redes sociales, es menester citar a: López y Séré (2003), Yus (2010) y Mancera y Pano (2013); además de la visión filosófica de Ferraris (2017).

Queriendo aportar a los estudios del discurso, al exponer una metodología más ajustada a las redes sociales como Twitter que presenté en otro estudio (Rodrigo, 2020), la propuesta aún cognotivista de Lakoff y Johnson (2017). Debo indicar, por otro lado, que este texto es el avance de una investigación más amplia de la que fui parte y acaba de concluir en la Universidad Andina Simón Bolívar respecto a los hechos de octubre 2019 en Ecuador; controversia a la que se aludirá en este trabajo.

## CONSIDERACIONES CON RESPECTO A LAS REDES SOCIALES Y TWITTER

Ciertos eventos como la “primavera árabe” o manifestaciones sociales en varios países en 2019 que pasaron a internet en el actual siglo permitieron avizorar un nuevo marco de estudios. Tales eventos, a los que consideraremos controversias, tal como lo ha postulado Latour (2008), cuyo sentido implica ensamblar a una comunidad y lograr que aparezca desde allá lo social, es decir, una comunidad que señala unas ideas y, como tal, un conjunto de expresiones cuyo contenido tienen implicancias sociopolíticas, son los que surgieron gracias a una resignificación de internet y sus tecnologías digitales.

En tales acontecimientos en las redes sociales es evidente que la expresión de mensajes y su suma fue determinante para la toma de posiciones y decisiones. De lo que discuto acá es que las redes sociales en el contexto de las luchas sociales se han convertido en espacios de autonomía, donde los movimientos sociales e individuos se muestran espontáneos, virales, autorreflexivos, con proyectos concretos (Castells, 2015). Su estructuración se da gracias al dinamismo de la autocomunicación entendida como la manifes-

tación que supone contenidos generados por emisores particulares, con sus intereses, para ser recibidos de forma autoseleccionada (Castells, 2010). En este sentido, cabe indicar que, tras la popularización de las redes sociales, diversidad de actores sociales pasaron de usarlos no solo como medios de expresión propios, sino también como infraestructuras relacionadas con sus cuerpos, sentimientos y cogniciones. Hoy las redes sociales aparte de plataformas, además interconectan dispositivos y voluntades donde los individuos expresan sus pensamientos y emociones.

Si se quiere describir el modo cómo se emplean las redes sociales, fuera de las prácticas comunicativas digitales en internet y con dispositivos, hay que indicar que, aunque hay cuenta-usuarios reales, en ciertos casos podrían ser identidades anónimas, o con apodos, o con cualquier tipo de nominación; los enunciadores podrían tener no una, sino pluralidad de identidades —siempre y cuando hayan registrado más cuentas—, o estar disimulados en avatares, incluso mimetizarse a través de sistemas robóticos y de modificaciones en los accesos empleando direcciones incluso falsas. Un primer factor, por lo tanto, de cómo comprender a alguna red social es observar al enunciador en el marco de una controversia. A este lo señalaremos como actor-red, el cual según Callon (1998):

No es reducible ni a un simple actor ni a una red. Está compuesto, igual que las redes, de series de elementos heterogéneos, animados e inanimados, que han sido ligados mutuamente durante un cierto tiempo. [...] Un actor-red es, simultáneamente, un actor cuya actividad consiste en entrelazar elementos heterogéneos y una red que es capaz de redefinir y transformar aquello de lo que está hecha (p. 156).

El segundo aspecto por considerar es que en cuanto a la autocomunicación que enlaza a los enunciadores es que el cuenta-usuario es ente aglutinante, transmediador, conector y diseminador. Es decir, es *nodo* de alguna red y también parte de un tejido red que para Wellman (citado por Castells, 2001) se daría por “lazos interpersonales que proporciona sociabilidad, apoyo, información, un sentimiento de pertenencia y una identidad social” (p. 148). Su particularidad implicaría colaboración e interacción sostenida según los intereses que pueden surgir, usando un lenguaje recreado con *emoticonos* o expresiones acortadas, a la par de *emotextos* —letras mayúsculas, al modo de un llamado de atención o de una alerta en voz alta— (Yus, 2010).

El tercer aspecto por tener en cuenta, a partir de lo anterior, es la noción de red social. Se debe recordar que tal noción no es nueva y más bien señala a una forma de asociación que la sociología ya estudiado. Así, cuando Simmel (2015) define a la sociedad dice:

La sociedad existe allí donde varios individuos entran en acción recíproca. Esta acción recíproca se produce siempre por determinados instintos o para determinados fines. [...] La existencia de estas acciones recíprocas significa que los portadores individuales de aquellos instintos y fines que los movieron a unirse se han convertido en una unidad, en una «sociedad». Pues unidad en sentido empírico no es más que acción recíproca de elementos: un cuerpo orgánico es una unidad, porque sus órganos se encuentran en un cambio mutuo de energías, mucho más íntimo que con ningún exterior; [...] más aún, no podríamos llamar uno al mundo, si cada parte no influyese de algún modo sobre las demás, si en algún punto se interrumpiese la reciprocidad de las influencias (p. 93).

Una sociedad se formaría por la interacción recíproca de sus elementos. Simmel (2015) nos aporta con una definición en la que se puede hallar así mismo los rasgos claves de las redes sociales: acción recíproca orientada a fines, formación de una unidad por alguna intención, acción que permite intercambio o interacción, influencia de cada uno de los miembros. Si se piensa a la sociedad como un entramado de acciones e influencias, delimitada por la interacción de los individuos, su modo de estructuración, según aquel, se le concebiría como un “tejido de fenómenos determinados” (Simmel, 2015, p. 119), donde las relaciones se darían por hechos concretos. Lozares (1996), por

su parte, dice que los individuos, al crear sus relaciones, lo hacen usando para sí sus profesiones, sus conductas económicas y lazos familiares o de parentesco, formando redes o un “conjunto bien delimitado de actores —individuos, grupos, organizaciones, comunidades, sociedades globales, etc.— vinculados unos a otros a través de una relación o un conjunto de relaciones sociales” (Lozares, 1996, p. 108). Vínculo, interacción y actores sociales serían los componentes de alguna red. A diferencia de las redes históricas es que, en las redes, ahora digitales, los actores sociales usan para la interacción, el vínculo, el despliegue de acciones recíprocas y alguna influencia, las tecnologías electrónicas y digitales: es con ellas que los individuos y las redes formadas se visibilizan. En las redes convencionales el vínculo era oculto, pero en las digitales se exterioriza en las plataformas digitales.

El cuarto aspecto entonces es lo que teje a la red social. Son series de textos cortos —sean estos escritos o audio-visuales—, pero en sentido sistémico-social es *comunicación* definida por enunciaciones. Tomamos esta idea de Luhmann (1998), para quien lo que fluye en un sistema-red social, una sociedad, es comunicación, la cual la articula, donde el actor-red, social o político, será el entorno determinado por su sistema psíquico). Tales enunciaciones o *posts* que suponen valor para la comunidad social y política vendrían a ser la comunicación en sí, siendo la autocomunicación el modo de hacerlo explí-

cito. La enunciación como comunicación tendría sentido en cuanto sería una “comunicación concreta, [...] una unidad que se deriva de la convergencia de tres selecciones —información, comunicación, comprensión—” (Luhmann, 1996, p. 122).

Lo anterior nos lleva a un quinto aspecto que es la naturaleza de los *posts*. Apuntemos que la voz autocomunicación ya fue postulada por Lotman (1998), tomando en cuenta a Vygotski, señalando que se relaciona con la noción de “discurso interior”, siendo este un tipo de discurso sin vocalización, silencioso y sobre todo egocéntrico (Lotman, 1998). Aunque tal postulado enfatiza el carácter de la comunicación yo-yo y en algún caso, yo-él, donde lo que más se nota es la expresión gestual del pensamiento en la exposición de un deseo sin decirlo oralmente, habría que decir que la autocomunicación por redes sociales digitales tiene el mismo sentido, porque el discurso interior estaría disimulado en un *post*, ayudado de recursos visuales como los *emoticonos* o recursos mixtos como los *emotextos*. De este modo, lo que interesa como textos de análisis, son expresiones de sí, enunciaciones que, dada una controversia, prorrumpen sin que haya meditación o un trabajo más elaborado a nivel retórico. En otras palabras, la autocomunicación sería egocéntrica, conformada por “palabras-índices” (Lotman, 1998, p. 51) las cuales se exponen como textos reducidos, con su propia sintaxis y que pueden tener cierta “isorritmicidad” (Lotman,

1998, p. 51). El análisis implica “navegar” a través de enunciaciones fragmentarias que configurarían cadenas abiertas al significado. La autocomunicación, por tanto, comporta al discurso egocéntrico definida por palabras-índices o mensajes individuales como si fueran colectivos para lograr interacciones.

Hoy se conoce tal dinámica como “conversación digital” hecha por todo tipo de enunciados fragmentados, no totales, es decir, información por organizar. Aunque tales enunciaciones podrían no tener la relevancia de un texto político completo, nos interesa las que conllevan algún *valor* aportado por determinado participante (Mancera y Pano, 2013). Y si hay valor, es cierto que los individuos que participan de la conversación, los “actores-red”, se vuelven en *nodos-hubs* o conectores, gracias a los cuales se diseminaría el *post-valor* a otros puntos de la red, a otros entes. Consideraremos a tal dinámica como un sistema-red que, rastreándolo, siguiéndolo, conectándolo, viendo las conexiones entre actores-red y lo que ellos pueden formar empíricamente, asociaciones (Latour, 2008), una dinámica comprensible dada en el marco de una controversia.

Si la intención es hacer análisis del discurso de la textualidad ensamblada en Twitter gracias a la controversia, lo que intentaríamos es ver cómo funciona el discurso.

## UNA NOCIÓN DE DISCURSO EN TWITTER

Expliquemos, en esta parte, cómo se concebirá al discurso en el marco de las redes como Twitter. En sentido pragmático, Van Dijk (1999a) define el discurso como:

Evento comunicativo específico [...que] involucra a una cantidad de actores sociales, esencialmente en los roles de hablante/escribiente y oyente/lector (pero también en otros roles, como observador o escucha), que intervienen en un acto comunicativo, en una situación específica (tiempo, lugar, circunstancias) y determinado por otras características del contexto (p. 246).

El evento comunicativo se expresa en un momento dado, por medio de, si no una enunciación, al menos un conjunto de enunciaciones, por un actor social o un actor-red en el sentido de Callon, que, además tendría un rol específico, dentro de un contexto y unas determinaciones que delimitan al discurso. De esta manera, el discurso comprende al evento comunicativo, los actores sociales en juego, un lugar y un tiempo específicos, y las condiciones que determinaría el contexto.

Por su parte, para Calsamiglia y Tusón (2001) el “discurso [es] una práctica social, [...] una forma de acción entre las personas que se articula a partir del uso lingüístico contextualizado, ya sea oral o escrito” (p. 15).

Distinto a la idea de evento comunicativo en esta definición se señala al discurso como práctica social, lo que nos hace inferir la forma de acción entre individuos o actores sociales institucionales. Por otro lado, se postula el uso contextualizado del lenguaje mediante estrategias y tácticas por el que el capital simbólico de los actores-red está en juego.

Habría un uso contextualizado del lenguaje en las redes sociales como Twitter, pronunciado/enunciado por algún enunciador que *aprovecha* las funciones de las redes sociales digitales, explotando además su imagen personal como si fuera pública, y que, por otra parte, agita el “avispero”. Visto como discurso social o político, su naturaleza estaría conexas con alguna controversia, donde el actor-red usa el lenguaje incluso con la pretensión de demostrar el “poder de la gente” (Castells, 2015, p. 65).

Considerando lo dicho, entonces postulo que el discurso político en lo digital es la manifestación comunicativa que se basa en el uso estratégico del lenguaje, como parte de un acontecimiento o controversia, dentro de un determinado contexto, que tiene como objeto, en el juego sociopolítico, señalar que se tiene el poder o una porción de él, o que se quiere impugnarlo, como si fuera un contrapoder, tratando de invocar al conjunto de otros actores sociales, con sus roles específicos; estos actores pueden, en un momento, creer, gracias a esta manifestación, que ingresan, que se apoderan del campo político.

Esta definición amplia intentaría abarcar el fenómeno de la discursividad y la comunicación en las redes digitales. Si estamos diciendo que en tales redes se emiten enunciados, su carácter político, en el marco de controversias distintas, se debe además comprenderlos como producto de la manifestación comunicativa emergente. El uso social y estratégico del lenguaje emplazaría a un tipo de sociedad, y aunque los mensajes sean fragmentarios, son enunciaciones/pronunciamientos, más allá de su organización gramatical o sintáctica, por las que se manifiestan ideas, notamos que allá habría “un —pensamiento completo—” (Van Dijk, 2011, p. 25) en juego.

Ahora bien, tendiente a establecer la metodología de análisis del discurso, diré que toda enunciación supone un encuadre o *framing* ideológico-político. Si hay un uso estratégico social y político del lenguaje, también habría algún marco ideológico para lograr fines. Para Barthes (2004) la ideología, desde el punto de vista semiótico, como marca del discurso, se manifiesta como forma del lenguaje y se aloja en el enunciado, desde lo connotativo, difícil de percibir sin tener un criterio más ajustado. Lo ideológico, aunque unifique a una formación social, también en su seno puede diferir en cuanto a su comprensión. Es así que representado en el discurso político (Van Dijk, 1999a; 2011), su expresión implica puntos de vista, percepciones o maneras de comprender o figurar el mundo de la realidad cotidiana. De ahí que para Van Dijk (1999a)

la ideología vendría a ser “la base de las representaciones sociales compartidas por los miembros de un grupo” (p. 21), siendo el sentido el que orientaría sus creencias, influiría en sus modos de pensar, así como organizaría las maneras de argumentación o los enunciados retóricos. La ideología como forma de representación se comparte, fijando la realidad de los enunciadore**s** bajo funciones cognitivas y sociales (Van Dijk, 1999a).

Pero para que el discurso tenga su cualidad ideológica, dadas ciertas funciones cognitivas y sociales, debe exponer la diferencia social: “las ideologías surgen de la lucha y del conflicto de un grupo: nos sitúan a Nosotros contra Ellos” (Van Dijk, 2011, p. 16). De ser así, el discurso, medio y emplazamiento, contiene las disputas y las tensiones en lo social, además de relaciones o desacuerdos entre formaciones sociales. Entonces, en el discurso político-ideológico la diferencia vendría a ser manifiesta o se la puede inferir a partir de la oposición entre “nosotros” contra “ellos”, siendo estos los “otros” denotados por su aparente alteridad virulenta (Bartra, 2007). En el primer caso, la positividad sería explícita sobre cierta comunidad política, contra la negatividad de la otredad, alguna comunidad que, desde el discurso, se la encasilla dentro de alguna categoría excluyente.

Por otro lado, muchos creen que sus ideas o sus mensajes expresados en las redes sociales son hechos comunicativos “desideologizados” o “sin ideología”, pero

si sabemos que las enunciaciones son trozos de discursividades, hay que afirmar tales textos como cualquier discurso, transmiten creencias o memoria social naturalizada como por ejemplo el racismo (Van Dijk, 1997; 2003a; 2003b), de tal modo que lo ideológico opera como un subcódigo que domina al código de la lengua (Reboul, 1986). Aunque en las enunciaciones se filtre un léxico diferencial, estas no dependen de las palabras sino del uso/intención social y político que se hacen de estas. Si debemos entender que el lenguaje y, por lo tanto, el discurso si bien puede ser intencionado, a la par, por más que no se muestre como tal, es porque las palabras son construcciones sociales y, como tal, sus significaciones pueden estar en consonancia con los contextos donde son pronunciadas. Así, es preciso abordar el lenguaje como metáfora, hecho que nos hace pensar que el discurso social y político tiene dimensiones metafóricas marcadas.

Así, con Lakoff y Johnson (2017) diremos que: “nuestro sistema conceptual ordinario, en términos del cual pensamos y actuamos, es fundamentalmente de naturaleza metafórica” (p. 39). Utilizamos palabras o enunciaciones que “traducen” la realidad, por lo cual, desde la perspectiva cognitivista, solo es posible saber de aquella por mediación del lenguaje, siendo los conceptos que elaboramos, metáforas. Sabemos que “la esencia de la metáfora es entender y experimentar un tipo de cosa en

términos de otra” (Lakoff y Johnson, 2017, p. 41). Y la metáfora, según Lakoff (2017), está latente en nuestro cerebro, a la espera de ser activada. Su esencia, sería la de ser imágenes mentales o representaciones que pronto se “traducen” en un evento comunicativo, con un discurso. Sin duda, la metáfora, entonces, enzarzaría a lo ideológico, más si se piensa el carácter de alguna controversia.

¿Cómo nombrar los sucesos que suscitarían alguna controversia? Las palabras además de instrumentos de comunicación también implican mensajes que pueden tener series de significaciones dependiendo del contexto. Así, un concepto implica a otro donde la controversia es tratada bajo el subcódigo de la lengua, por lo cual no se va directamente “a la cuestión principal” (Lakoff y Johnson, 2001, p. 281). Comprender el uso social del lenguaje, en este sentido, requiere poner atención al encuadre, al *framing*, donde la ideología opera organizándola en el discurso. Digamos, entonces, que el encuadre puede llevar a manifestar una cosa, pero al ocultar otra, puede establecer la diferenciación sin que el recipiente de un mensaje no lo perciba pronto. Esto quiere decir, y lo asevero: hay una relación directa entre el encuadre metafórico y la ideología en el discurso político porque la intención de persuadir es “hacer creer”, es modelar la mente de los destinatarios de un discurso si es que estos no son críticos.

Según lo anotado, el encuadre o *framing* es la estructura mental determinada por un acontecimiento que modela su comprensión; prevalece como “inconsciente cognitivo” y se activa en la conversación o en el acto comunicativo (Lakoff, 2017, p. 11). Tal estructura mental es evidente en el discurso en las redes sociales, pero también está condicionada por lo moral, o sea, juicios que bien deberían correctos u honestos, pero que, en la acción política, están sujetas a explicaciones. Lakoff (2009) por ello reconoce que “la política trata de adecuar encuadres, sobre todo los morales. [...] Aunque para cualquier enunciador,] el encuadre moral precede a la acción política” (p. 68). Lo moral sería uno de los criterios que determinan al discurso, su representación y sus consecuencias. El problema, sin embargo, puede estar en que los actores sociales muchas veces pueden tener una “explicación” personal, ajustada, de lo moral para justificarse.

## METODOLOGÍA PARA LEER EL DISCURSO EN TWITTER

Ahora es posible explicar la metodología de análisis de discurso orientada a Twitter. Hay que tener en cuenta que el material de estudio son textos e imágenes, *posts*, rastreados y organizados según una serie de asuntos o

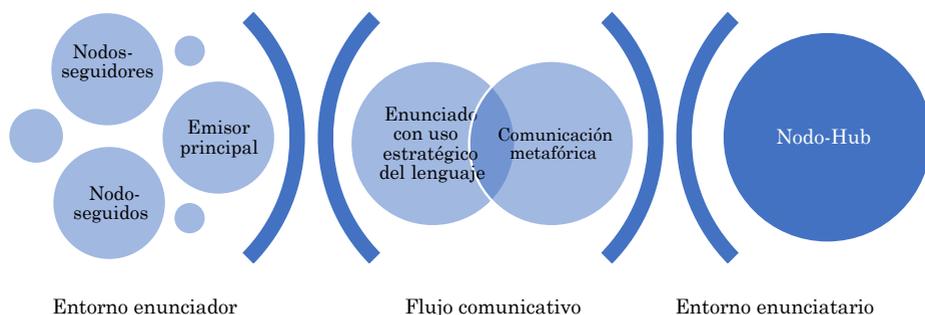
temas, en concreto series de discursos sociales y políticos. Su manifestación sería el evento comunicativo definido por un actor-red como parte de su práctica autocomunicativa. Habría un enunciador —un cuenta-usuario— que a la vez es cooperador, es decir, además de medio de diseminación de mensajes, es punto de convergencia de otras informaciones. El enunciador/cooperador a la vez puede ser emisor principal y emisor de otras voces que pueden ser los nodos de seguidores y nodos de seguidos. Diremos, por tanto, que una primera forma del sistema red-discursivo estaría dado por *el entorno del enunciador* y su manifestación sería discursiva si se enmarca en una controversia sociopolítica.

De esta forma, notamos que la textualidad diseminada contiene información estratégicamente dispuesta, usada con fines políticos: todo actor-red, sabe que ingresa o participa en alguna conversación con un lenguaje intencional para disputar/impugnar el poder en juego. Hay que considerar, sin embargo, que un *post* no siempre tiene efectos en términos de respuesta: se puede tener seguidores y seguidos, pero muchas veces su silencio puede ser parte del discurso social y político en juego. Sea cual fuere el caso, es claro que aceptamos un *entorno enunciatario (nodo-hub)*, en sentido de receptor y de diseminador de la información. La eficacia probable del modelo es que haya reproductibilidad y, como tal, la amplificación de alguna vocería.

Entre el entorno enunciador y el del enunciatario, existe *flujo de la comunicación*. Este está hecho por *enunciados* donde se percibe el uso estratégico del lenguaje; así mismo estaría la *comunicación* metafórica. Recordemos los planteamientos de Lakoff y Johnson (2017) en sentido que el lenguaje es un sistema de metáforas; nuestra propuesta, basada en esta idea es entender al lenguaje-enunciado-metáfora.

Según lo indicado, un primer esbozo del modelo es la siguiente Figura 1:

FIGURA 1.  
*Modelo comunicativo-discursivo.*



*Fuente:* Elaboración propia.

Tal es el paradigma que postulo en el contexto de la discursividad en Twitter —y, por extensión, para redes sociales—.

En este el entorno enunciador, con su núcleo de emisores, los consideramos con “autoridad”, basada en la cantidad de seguidores y seguidos. Brevemente para el caso, se puede aglutinar el entorno enunciador según su autoridad o también según los *hashtags* (#) de la controversia en la que participa; desde allá se podría describir mediante “analítica web”, el perfil del emisor, el número de seguidores, de sus seguidos, sus características, el *engagement*, etc., incluso elaborar el mapa de interacciones o sociometría para probar el alcance de los *posts* y los destinatarios enlazados.

Pero, como manifesté el interés es el discurso en el marco del sistema-redes sociales-digitales como Twitter, lo importante allá es el “enunciado/comunicación” —lo constituyente del *flujo comunicativo* (Figura 1) del/de los *posts*.

Diré para el caso que el componente “enunciado/comunicación” es la materia del discurso. Cabe hacer una detallada explicación de este componente. En este sentido, Lakoff y Johnson (2017) plantean que tras toda enunciación discursiva hay un *modelo* que implica alguna idea-objeto que es el que fluye como comunicación. Dependiendo de las enunciaciones, los modelos pueden irse dando como eventos comunicativos bajo la textura de una o ciertas metáforas. Su discernimiento se debe hacerse en función del contexto o de la controversia.

Sin embargo, el/los modelos desde ya comprenden la/las estructura/s mental/es de algún enunciador o enunciadore. Por tanto, los modelos con sus metáforas tienen que ser entendidas en correlación con el *framing*, es decir, en cómo los enunciadore encuadran los asunto de la controversia. Si se atiende a estos encuadramiento —modelo mental y contexto/*framing*—, es posible determinar mejor las metáforas que fluyen, lo que destacan y lo que ocultan.

Entonces, la enunciación comprendería la *idea*, la que encierra un *framing* y un *modelo de pensamiento*. Esto lleva a la *comunicación* misma, es decir, el discurso en su aspecto medular e ideológico. De esta manera, para comprenderla, hay que subdividir en al menos dos subcomponente: el *código ideológico* en juego y la *representación*.

Así, se debe exteriorizar la *comunicación con ideología incrustada* —que supone lo metafórico y su *exposición conceptual*—, *lo destacado/lo ocultado*, así como el *emplazamiento discursivo*, es decir, cómo el emisor, sus coadyuvante, se personifican, además quién es señalado, qué otro actor en juego son citados y, desde allá, la *diferencia ideológica* de “nosotro-ello”. Con ello digamo que el discurso digital es deconstruido en cuanto a *representación*. En otro palabra, el discurso representa un estado de cosa o perfila una cierta realidad. Se sabe que representación es “la producción de

sentido de los conceptos en nuestras mentes mediante el lenguaje” (Hall, 1997, p. 17). Si la representación surge del enunciador, depende de la competencia discursiva del destinatario. Así, la correspondencia de las representaciones tiene que ver con la interacción de los modelos mentales y/o culturales o de los “sistemas de representación” que prevalecen en el discurso social y político en las redes sociales digitales. Con la representación finalmente ponemos de manifiesto la dimensión ideológica del discurso.

Cerramos esta parte indicando en la Figura 2 el modelo del análisis de discurso en Twitter propuesto:

FIGURA 2.

*Modelo para análisis del discurso de redes sociales.*



*Fuente:* Elaboración propia.

## UNA APLICACIÓN

Entre el 1 y el 13 octubre de 2019 Ecuador vivió un lapso intenso de protestas y de violencia social en rechazo a la decisión gubernamental de modificar los precios de la gasolina con el Decreto 883 (2019). El descontento popular tuvo como protagonista al movimiento indígena con demandas y propuestas cuya culminación fue el encuentro televisado con el gobierno a nivel nacional y la posterior derogación de la medida.

El paro de octubre hizo resurgir ciertos discursos sociales y políticos, los cuales en gran medida se manifestaron en las redes sociales digitales como Twitter, donde se mezclaron intereses individuales e institucionales, poniendo en evidencia la disputa y formas de manifestar poderes. Fueron diversos actores sociales los que dieron forma a la controversia mediante discursos dicotómicos, enfrentados, con acusaciones y posicionamientos, todos tendientes a lograr acciones.

Quiero centrarme en la discursividad en Twitter dada la controversia citada. Para el caso, considerando el periodo de observación, el mismo de la duración del conflicto, la aplicación de la metodología de análisis de discurso toma en cuenta ciertos *hashtags* de 155 detectados, los cuales suscitaron la escritura de 1 944 200 tweets. *Grosso modo*



## *Discursividad sobre la tensión gobierno-indígenas*

Examinemos el *tag* #indígenas, etiqueta de uso generalizado por la comunidad conversacional en Twitter. Tal *tag* llegó hasta 169 800 tweets. Luego de la revisión general de lo publicado en la red social tomemos para el análisis de discurso las enunciaciones seleccionadas por tener mayor número de menciones; son las: a) un actor-red enmascarado como borisvian1, @shababaty; b) un medio de comunicación digital, Ecuadorinmediato, @ecuainm\_oficial.

FIGURA 4.  
*Post de borisvian1.*



*Fuente:* Twitter.

El cuenta-usuario @shababaty con tal *post* suscitó 19 comentarios, 208 RT y 163 *likes*, considerando que tiene unos 18 040 seguidores (*nodo-hub*). El *post* en cuestión es agresivo; proviene al parecer de un ciudadano molesto que llama la atención por la toma de fuentes de agua en El Troje y El Placer, el uno ubicado en los valles orientales

del sur de Quito y el otro en el centro sur de la ciudad de Quito. Conecta el “terrorismo” de los indígenas con el *tag* #PeonesDeCorrea.

El enunciador denuncia a los indígenas como si fueran agentes del expresidente Rafael Correa —se infiere que hay ya inquina contra él—. El *framing* sería, si bien lo acontecido en octubre de 2019, sobre todo mostrando la controversia como si fuera un acto terrorista —aludiendo al posible corte de suministro de agua, que, según el denunciante, afectaría a los ancianos—. Encontramos dos modelos de pensamiento: a) el de hostilidad, que implica la enunciación metafórica de que los indígenas actúan acorralando poblaciones; b) el apocalíptico, que supone que la gente viola la vida social. Nótese que la palabra valorativa es “terrorismo”, voz desde ya criminalizante. De ser así, la comunicación con ideología incrustada sería la denuncia de que los indígenas son terroristas y, más aún, ellos son usados por Correa como agentes vandálicos, creando una atmósfera apocalíptica. Ideológicamente se establecería el diferencial «nosotros somos pobladores indefensos» frente a «ellos que son indígenas guerrilleros o terroristas» —acá la *doxa* correlaciona ambos términos—. Se puede decir que la exposición conceptual tiene que ver con que los indígenas se los muestra como destructores porque se nos hace colegir que ellos cortarían los recursos básicos para la subsistencia. Lo que se destaca es que los pobladores quiteños serían rehenes de las acciones vandálicas, en tanto lo que

se oculta es la actoría de los pobladores incapaces de hacer algo. Por lo tanto, el emplazamiento discursivo vendría a ser: un poblador con miedo/poblador ideologizado que pretende ser vocero de alguna comunidad. La representación final de octubre de 2019 es que Quito estaría viviendo la violencia guerrillera alentada por un personaje político nefasto (Figura 5).

FIGURA 5.  
*Post de Ecuadorinmediato.*



*Fuente:* Twitter.

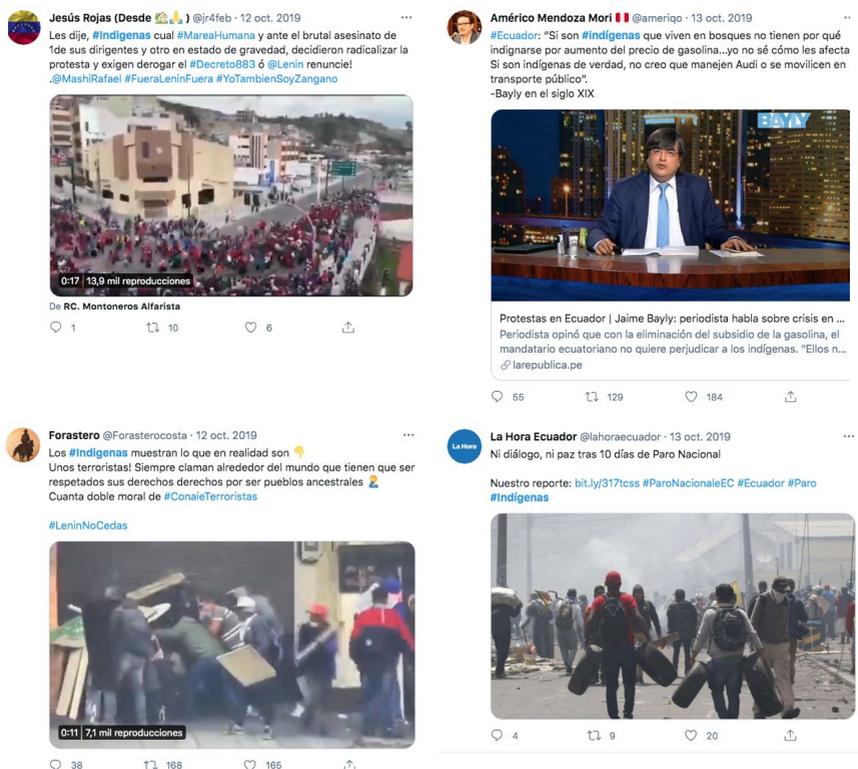
Por su parte, el cuenta-usuario @ecuainm\_oficial con este *post* produjo 29 comentarios, 45 RT y 76 *likes*, considerando que tiene unos 445 303 seguidores (*nodo-hub*). El *post* en mención contiene un texto antecedido por dos *emojiconos* y la toma de pantalla de una alocución del entonces secretario de la presidencia, Juan Sebastián Roldán. El

texto se presenta como noticia, precedido por el *tag* #URGENTE. Reproduce la intención oficialista de allanar el camino para una posible solución al conflicto. Finaliza el *post* con el *hashtag* #DialogoPorLaPaz, el cual no fue empleado con muchas citas.

Ahora bien, la enunciación es conciliadora: expresa la idea de trabajar por la paz toda vez que la controversia finalizó el 13 de octubre. El *framing* es la violencia del paro enmarcado por las protestas callejeras y la represión policial. Se puede leer allá que la comunicación con ideología incrustada supone el llamado a la unidad y, sobre todo, la restitución de la paz. En todo caso, pese a su carácter pacificador en el *post* existe la diferencia ideológica de «nosotros como gobierno invitamos a sumarse a la democracia», en tanto «ellos, los indígenas, son los vándalos». Parte de la enunciación discursiva es clara: “trabajar juntos para que nunca más se repita algo similar. ‘Es momento de devolverle la tranquilidad al #Ecuador’” —es obvio que Ecuadorinmediato se hace eco de la voz de Roldán—. Así, la exposición conceptual implica la apertura para trabajar juntos entre gobierno e indígenas; se destacaría que el gobierno tiende puentes y lo que se oculta es que el gobierno no alienta la violencia: parece paradójico esta inferencia en tanto las jornadas de octubre sí tuvieron una parte de violencia sobre todo suscitada por las fuerzas de Estado, hecho denunciado en varias instancias. Visto así, por contraposición, se constata que el emplazamiento discursivo es el de un gobierno paternal y pretendidamente fuerte.

Acá vale la pena mostrar, desde el *framing* los modelos de pensamiento implícitos: a) uno de invocador, que pide a los indígenas depongan la violencia; b) y otro, paternal, en correlación con el gobierno que invita a trabajar para devolver la paz. Por lo tanto, la representación es la de un Ecuador como un país de gente pacífica.

FIGURA 6.  
*Tomas de pantalla de determinadas cuentas que usan el tag #Indigenas.*



Fuente: Twitter.

Tomando brevemente como referencia otros *posts* (Figura 6). Adviértase que se exhiben *posts* de ciudadanos, inclusive uno que alude a un comentarista de televisión, además de otro de un medio de comunicación nacional.

Así, el de @jr4feb, Jesús Rojas (Desde...), además que alude a la marcha indígena repudiando la muerte de un dirigente y la derogación del Decreto 883 (2019), tiene un video en plano general. Se observa que este ha tenido 13.9 mil reproducciones; así mismo el autor pide la renuncia de Lenín Moreno. Contra las alocuciones apocalípticas, este *post* es contextualizador: hay un reclamo, la tensión por la muerte de alguien; no se ve violencia.

El de @Forasterocosta, Forastero, por el contrario, es calificador y provocador: criminaliza, señala a los indígenas como terroristas. Pretende encarar, invirtiendo el sentido de la lucha por los derechos de los pueblos ancestrales, a los indígenas y su supuesta doble moral, ratificándolo: “Cuanta doble moral de #ConaieTerroristas”. De pronto, la acusación se cierra con el señalamiento a la CONAIE —Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador—, organización representativa de los pueblos originarios. En otras palabras: prejuicidamente juzga a aquellos y a la organización que les simboliza. La voz “terrorista” resuena como “fanático” y “extremista”. La imagen que sustenta el discurso implica el modelo que alude a la desestabilización de la democracia, muestra a un grupo que ataca a alguien —aunque no se ve el objetivo—. El enunciador se pliega al modelo de la gubernamentalidad: por ello, termina con el *tag* #LeninNoCedas;

este no tuvo muchas menciones, por lo cual no es significativo en la analítica de datos.

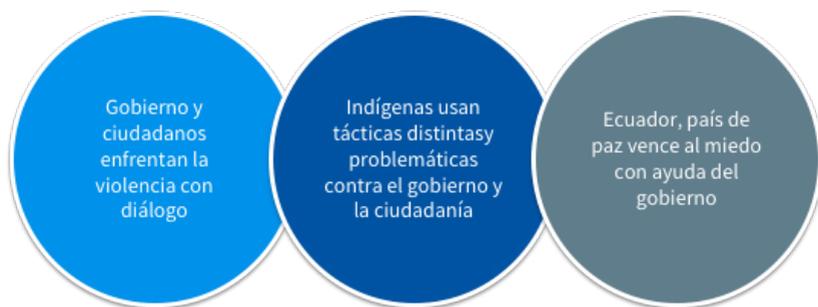
Respecto al *post* de Américo Mendoza Mori, @ameriqo, de procedencia peruana, inicia con la referencia #Ecuador y una declaración del comentarista, calificado de “periodista”, Jaime Bayly además reproducido por el periódico *La República* de Perú. El *post* enlaza la noticia del medio de comunicación: “Protestas en Ecuador | Jaime Bayly: periodista habla sobre crisis en...”. El discurso de Bayly es racista y prejuiciado, excluyente y ofensivo. Alude al hecho de que los indígenas viven en el bosque —infiendo que son “primitivos”— y que no deberían indignarse por las políticas gubernamentales; a la par que les señala que no tendrían la capacidad siquiera de tener un carro de lujo y peor desplazarse en buses —infiendo que son habitantes de a pie—. ¿Qué es lo que se pretende con tal alocución? @ameriqo pronto se burla de la mentalidad colonialista y de la imagen diferencial de “ellos primitivos” y “nosotros los civilizados”, con la frase: “Bayly en el siglo XIX”. Es interesante el sentido crítico que pone en evidencia el racismo y la idea del salvaje en alusión al indígena, prevaleciente en el siglo XIX. En otras palabras, con la declaración de Bayly el enunciador pone en el tapete de la discusión la “cuestión” o el “problema” indígena que discursivamente era un tópico que las elites sostenían como excusa para justificar que aún no se había conseguido naciones y peor, países liberales.

El cuarto *post* más bien es de un periódico ecuatoriano: *La Hora*. Enlaza a alguna nota informativa —“nuestro re-

porte”—. Pronto nos damos cuenta de que el enunciado “Ni diálogo, ni paz tras 10 día de Paro Nacional” es el título del mismo reporte. Es evidente la representación negativa de la situación —parecería contraponerse a las tesis del gobierno de haber superado la crisis, si nos fijamos en el posteo de Ecuadorinmediato—. La imagen y el modelo metafórico es el de un país apocalíptico. La fotografía de gente llevando llantas para quemar y otros que en el fondo están cubiertos y ocupan desordenadamente la calle, da la idea de que la controversia subsiste. Recalquemos, en el contexto de la negatividad prevaleciente, que las imágenes que se ponían del paro implicaban el terror.

Ahora bien, pensando en lo dicho, se podría trazar el modelo de discurso desde lo político en lo social y la política señalando lo social con el *tag* #indígenas (Figura 7):

FIGURA 7.  
*Modelo de discurso I*



*Fuente:* Elaboración propia resultado de la aplicación del modelo propuesto.

Cabe señalar acá que, para determinar el modelo discursivo, según la secuencia de los *posts* analizados —se podrían insertar otros, pero por ahora son suficientes—, recoge el núcleo del discurso en Twitter: la oposición diferencial “nosotros-ellos” que derivaría en una representación cierta de la controversia o de la realidad. De esta manera, se percibe que la discursividad operante en el *tag* #indígenas, aunque se piense que puede ser en su beneficio, el estudio demuestra lo contrario. Así, habría una discursividad urbana que prefiere asentarse en los esquemas del poder dominante: decimos, entonces, que el gobierno y los ciudadanos enfrentan la violencia con el diálogo; en tanto, los indígenas usan tácticas distintas y problemáticas contra el gobierno y la ciudadanía. Dos problemas que se infieren de estos presupuestos: a) los indígenas, en efecto, son vistos como contrarios a los valores de la democracia, es decir, habría un prejuicio contra su presencia —lo que connota un racismo no superado—; y b) los indígenas se oponen a la ciudadanía la que, por otro lado, cree en el gobierno y la democracia; no importa acá si es Lenín Moreno el aludido, sino que percibamos que hay “destructores” del país, la democracia, que amenazan la vida de la ciudadanía occidentalizada. Por lo tanto, la representación tiene que ver con la metáfora de Ecuador, país de paz, que quiere vencer al terror con ayuda si no del gobierno, de quienes creen en la democracia. Tal el discurso dado en el contexto del paro donde los indígenas en Twitter son mostrados de manera negativa.

## *Dimensiones de la discusión política Twitter*

Observemos ahora los *tags* #ApoyoALaDemocracia, #NoAlParo, #YoSíTrabajo para entender las aristas de la discusión política en Twitter. Con ello se quiere mostrar cómo ciertos sectores —la empresa o el campo productivo— evidencian su postura o miran con otros ojos la realidad del conflicto. De acuerdo con los datos de métricas #ApoyoALaDemocracia tuvo 28 900 *posts*, #NoAlParo, 16 700, #YoSíTrabajo, 13 100, un total de 58 700. Cabe señalar, por otro lado, que sobre todo el *tag* #YoSíTrabajo emergió de grupos de ciudadanos alegando el derecho al trabajo, contra lo que implicaba la controversia, el paro social que tenía como finalidad la derogación del Decreto 883 (2019), hecho que efectivamente se dio el 14 de octubre. En este contexto, tomemos en cuenta dos *posts*: a) el de Alberto Acosta Burneo, @ALBERTOACOSTAB (Figura 8); y b) el de Pablo A. Zambrano, @PabloZambranoA.

FIGURA 8.  
*Post de Alberto Acosta Burneo.*



*Fuente:* Twitter.

Alberto Acosta Burneo es un economista que además publica en revistas de economía y finanzas. Su *post* del 14 de octubre, cuando se terminó el conflicto es una lectura desde el punto de vista económico. Generó 83 comentarios, 857 retuits, 1.1 mil *likes*; su nodo-hub es de 64 700 seguidores.

El *post* tiene 4 frases tal como se aprecia. La estrategia es retórica: tiene una pregunta de inicio; el sentido de su comunicación es familiar ya que aborda al lector de manera directa, muy personal. Y luego tras la pregunta responde dando datos: el paro produjo pérdidas económicas, es decir, según su visión, “¡el costo del paro superó los \$2 500 millones!” Visto así, alarma al lector, trata de hacerle consciente de la realidad.

¿Y cómo podríamos analizar tal discurso? En el *post* la idea es denunciar las pérdidas económicas. El *framing* es la crisis de las empresas productivas o de la industria gracias a la controversia. Habría dos modelos de pensamiento: a) el economicista, que implica comparar o medir los costos del paro; b) el pragmático, viendo el perjuicio económico. La metáfora está en ver la realidad en términos de dinero, de ganancias y pérdidas, aparte de si hay de por medio inquietudes de carácter social o moral. La comunicación con ideología incrustada entonces implica la medición económica y financiera; esto quiere decir que prima el interés

por generar riqueza, por cuidar el capital, además de valorar los negocios. El mercantilismo subyacente hace que haya una diferenciación ideológica: «nosotros, los empresarios, perdimos dinero y oportunidades de negocio con el paro», en tanto «ellos, los que no les interesa la economía ni las finanzas, con sus acciones atentan contra la estabilidad económica y quizá el mercado de oportunidades». La exposición conceptual muestra que toda movilización social afecta a la productividad y la generación de riqueza. Si se destaca que hay pérdidas para la empresa, en el fondo lo que está oculto es el sentimiento empresarial opuesto a los reclamos sociales. El emplazamiento es del sector empresarial desligado de la política y su representación: el país pierde inversiones, malogra su modelo económico y estabilidad precisamente porque el gobierno no sabe enfrentar el descontento social.

Veamos el otro *post*, de Pablo A. Zambrano, @Pablo-ZambranoA (Figura 9), presidente de la Federación de Industrias del Ecuador y presidente ejecutivo de la Cámara de Industrias y Producción-CIP.

Este es del 11 de octubre, previos días a la conclusión de la controversia social y la derogación del Decreto 883 (2019). Generó 68 comentarios, 451 replicaciones y 787 *likes*. Zambrano, dirigente del sector empresarial tenía 6270 seguidores.

FIGURA 9.  
*Post de Pablo A. Zambrano.*



*Fuente:* Twitter.

En el *post* hay: a) un texto donde uno de los *tags* además es #DiálogoURGENTE, un *emotexto* que “grita” la exigencia del diálogo entre gobierno y sociedad en conflicto; b) un video que tuvo 17.2 mil reproducciones. El *post*, así como el video, aluden a la necesidad perentoria de que se termine la controversia porque todos perdieron. Al igual que el anterior *post*, también se apela a lo familiar, a lo personal con el verbo en primera persona del plural: “nosotros hemos...”, para decir que todos desperdiciamos algo.

El *post* entonces demanda el diálogo a sabiendas que la conflictividad no cesó y ya había pérdidas económicas que el sector empresarial lo sentía con preocupación. El

modelo es reflexivo: ante las pérdidas, el *post* tendría como finalidad hacer que los ciudadanos de diversas condiciones reflexionen acerca de cómo les afecta el paro. La comunicación con ideología incrustada alude al trabajo, es decir, que, sin trabajar, todos pierden. El trabajo acá se convierte en algo ideológico: es la cuestión del valor que para los empresarios se traduce en dinero, debería ser lo que persigan los trabajadores; si para la empresa todo se valoriza, como se ha visto con el *post* anterior, solo se puede entender una controversia en términos de pérdidas y de la involución del sistema económico. Por ello cuando se echa en cara a la comunidad de su afectación, supone que debe haber una separación, entre los que reclaman el derecho al trabajo, al valor económico, contra aquellos que lo perjudican; entonces se trataría de mostrar que todos son “productivos”, siendo una mala idea desconocer tal horizonte. De ahí la diferencia ideológica: «Nosotros, los empresarios, la sociedad productiva, estamos perdiendo dinero por lo cual demandamos inmediato diálogo», en tanto, «ellos, que también son ustedes, deben pensar las pérdidas, es decir, las consecuencias». La exposición conceptual señala que todos los ecuatorianos pierden ya que todo está en paro. Lo que se destaca es que las pérdidas económicas son para todos los sectores, pero lo que no se muestra explícitamente es que las pérdidas económicas en realidad se relacionan con el sector empresarial productivo. De ahí que el emplazamiento discursivo tiene que ver con la sociedad económica que es crítica. La representación sería de una sociedad y productores que están en crisis económica por la controversia; esto, para los empresarios, justifica más el diálogo.

Consideremos a continuación otros *posts* que usan los *hashtags* #ApoyoALaDemocracia, #NoAlParo, #YoSíTrabajo (Figura 10).

FIGURA 10.  
*Tomas de pantalla de determinadas cuentas que usan los tags #ApoyoALaDemocracia, #NoAlParo, #YoSíTrabajo.*



Fuente: Twitter.

El primer *post* por considerar es del cuenta-usuario Daniel Legarda, @diegarda, que denuncia que lo que se vive no es paro, sino “extorsión y vandalismo” fue publicado el 7 de octubre. Su modelo es pragmatista, pues señala que debe haber garantías para trabajar e incluso, pide que haya *retuits* si el lector está de acuerdo. Pone un video filmado con celular de una intervención de personas en alguna fábrica. El enunciador ve el lado “delincuencial” de los hechos por lo que además cita a la policía —@PolicíaEcuador—, al ejército —@FFAAECUADOR—, al Ministerio de Defensa —@DefensaEc—, además de la CONAIE —@CONAIE\_Ecuador— para llamar su atención, además del control y las garantías necesarias. El emplazamiento discursivo es de alguien que sufre un ataque; así, su diferencial ideológico podría ser: «Nosotros los que queremos trabajar, pese a que tratamos de hacerlo, estamos expuestos al vandalismo y la extorsión», por lo que «ellos, los vándalos atacan, intervienen los predios de las fábricas o entidades productivas de manera terrible». La representación metafórica sería, así, la de un país donde hay inseguridad, irrespeto a quienes trabajan y riesgo para los emprendedores. El video tuvo 21.7 mil reproducciones, denotando la contundencia de la denuncia del discurso.

El segundo *post* es del cuenta-usuario Ricardo Roggiero, @rroggiero, que a la par contiene un video que tuvo unas 365 reproducciones; este es del 12 de octubre de 2019. El enunciador trata de deslegitimar la actoría de los pueblos indígenas que, además, para él, son coaccionados por los dirigentes como @yakuperezg, Yaku Pérez, e instituciones

como la CONAIE. El *post* los denuncia como “extorsionadores” porque, según la lectura de la realidad que realiza Roggiero, aquellos solo se sirven de los indígenas para sus fines particulares. El modelo de pensamiento, entonces, es de alerta, presentando un escenario de manipuladores y manipulados. Usa el *emotexto*: “NO TIENEN LEGITIMIDAD —EL ECUADOR ENTERO NO LES CREE!”. De pronto, tal “grito”, postula una doble vía de interpretación: a) los dirigentes y sus organizaciones engañan; b) los indígenas al ser usados y ser conscientes de ello, también se convierten en manipuladores y engañadores. Por lo tanto, conmina a que ellos negocien o se atengan a las consecuencias. Un diferencial ideológico marca este hecho: «Nosotros, los ecuatorianos, no creemos a estos indígenas que además son manipulados por intereses sectarios», en tanto, «ellos, los indígenas, si son conscientes de su responsabilidad, deben negociar como se debe». La amenaza de que “tendrán que asumir las consecuencias” muestra una postura de quien sabe el ejercicio del poder, lo avala, al mismo tiempo que oculta a un sector con tendencias fascistas mediante la expresión de la violencia simbólica, sin descontar a futuro, otras acciones. La representación es de un país con empresarios que censuran el paro, país además dividido entre los que trabajan y los indígenas.

El tercer *post* es de la cuenta-usuario Alexandra Cárdenas, @AlecCardenas, del 12 de octubre. Se trata de una enunciación a modo de reflexión personal, siendo su modelo de pensamiento reflexivo-crítico donde opone a los “buenos” con los “malos”. El maniqueísmo es ideológico

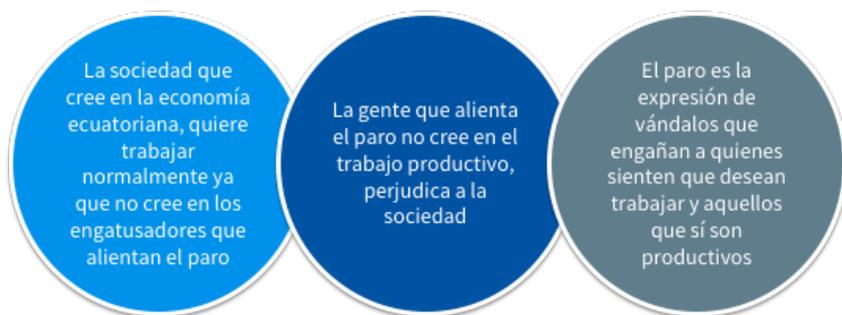
por definición, porque minimiza, criminaliza, posiciona a quien es superior, contra aquellos con son inferiores o son peores. Así, nos topamos con un discurso ideológico. Su lógica argumentativa sugiere que hay un “grupo terrorista”, compuesto por “los indígenas” —además se los entrecomilla a propósito— que es minoritario; frente a ellos la mayoría son los ecuatorianos. El diferencial ideológico está marcado: «Nosotros, los buenos, tenemos hijos, somos ecuatorianos, y denunciaremos que nadie atentará a nuestras vidas, a nuestros predios ni quemarán ‘nuestras cositas’, porque estaremos alertas —si no en pie de guerra—»; por el contrario, «ellos, los indígenas, terroristas, son una amenaza a la familia, a la propiedad privada». Nótese incluso que, en el diferencial, los buenos son los ecuatorianos, y los malos, los indígenas. De pronto nos damos cuenta de que la enunciadora oculta un nacionalismo —y acaso un racismo— exacerbado. La representación, finalmente es que habría una sociedad que resiste a los “terroristas”, poniendo de manifiesto que los ecuatorianos tienen valores sólidos como la familia, la propiedad y el propio individualismo.

El cuarto *post* es más bien institucional: se trata de una enunciación anclada a un video, realizada y publicada por el Ministerio del Deporte de Ecuador, @DeporteEc. Cabe decir que tal ministerio realizó una campaña con varios *posts* y videos los días últimos del paro de octubre de 2019. Este *post* corresponde a tal campaña; su video tuvo 234 reproducciones. Su sentido es positivador. Apela a las emociones. Su modelo de pensamiento es conciliador,

usando para el caso la voz y la palabra de una madre de familia, para la cual todo paro o problema social implica que se amenaza el derecho de los niños/as a jugar, divertirse y estudiar. Implícitamente también es maniqueo, pues si lo vemos desde el diferencial ideológico, notaremos que «nosotros los padres de familia reclamamos por el derecho a la felicidad», en tanto «ellos amenazarían romper con los sueños y aspiraciones de los niños/as y sus familias». Entonces, la representación supone que se lucha apelando a los afectos para bajar las tensiones.

Una vez que analizamos el conjunto de *posts*, ahora es posible modelizar el discurso general considerando las dimensiones de la discusión política Twitter: #ApoyoA-LaDemocracia, #NoAlParo, #YoSíTrabajo. De este modo, tenemos (Figura 11):

FIGURA 11.  
*Modelo de discurso II*



*Fuente:* Elaboración propia resultado de la aplicación del modelo propuesto.

El discurso en este acápite expone la tensión entre quienes pretenden sostener el poder social frente a aquellos que lo atentan. De hecho, la visión que prevalece es dualista. Así, para “nosotros”, es decir la sociedad productiva, que trabaja, que emprende, que cree en la economía ecuatoriana, en la dolarización, eminentemente desea, demanda y lucha por trabajar normalmente; sabe que hay engatusadores que alientan el paro; desde ya el paro es una maniobra. Por el contrario, “ellos”, los terroristas, los indígenas, son una amenaza, no tienen credibilidad: la gente que alentaría la controversia a la final no cree en el trabajo productivo, además que perjudican completamente a la sociedad ecuatoriana, si es que esta se considera como la “buena”. La representación metafórica, ideológica, sería que el paro es la expresión de los vándalos que engañan a quienes sienten que desean trabajar y a aquellos que sí son productivos. Es claro que la discusión política en Twitter, en definitiva, fue polarizada y harto maniquea, con rasgos racistas.

## CONCLUSIONES

Apliqué la metodología de análisis de discurso para Twitter considerando la controversia de octubre de 2019 en Ecuador suscitada por la publicación del Decreto 883 (2019) emitido por el entonces presidente Lenín Moreno.

En este sentido, el discurso social y político de los actores-red coincide con la representación de que la violencia de octubre sí afectó la imagen de un Ecuador emprendedor o pacífico. Aunque la controversia del 2019 tuvo que ver con un decreto que incrementaba el precio de la gasolina, hecho que se interpretó como un “paquetazo” —incluso hay *tags* con dicha mención—, lo que se aprecia, por parte de los detractores y el gobierno es que lo que importaba no era lo que afectaba a sectores menos favorecidos, sino el bienestar de la sociedad considerada como productiva o emprendedora. Hay una ideología prevaleciente: que Ecuador se pretende liberal, con una economía de mercado donde hay oportunidades y que el modelo económico alienta a la reproducción del capital. Bajo esta visión unos son los productivos, y otros los reclamantes; pero si lo vemos desde los dualismos, los primeros propenderían a fortalecer el desarrollo del país, en tanto los otros amenazarían a la estabilidad económica y el riesgo país con sus demandas. En otras palabras, para un sector de la sociedad la pobreza no existe o no es significativa.

Concordante con lo anterior, se constata que hay una clara diferencia entre «ellos-violento» y «nosotros-gente-de-bien». Insisto que el discurso en Twitter es maniqueo: posiciona a los sectores sociales entre los malos y los buenos. El problema es que todo esto fue dicho desde los sectores hegemónicos para denostar a otros sectores sociales.

De este modo, otra conclusión es que habría en el discurso sobre el paro de octubre de 2019 una mirada que considera a los indígenas como perjudiciales al sistema: hay allocuciones que les señalan como “terroristas”, criminales y vándalos, es decir, violentos. Lo peor, entonces, es que la controversia no deriva en un debate de profundidad, sino en acusaciones criminalizantes que, de alguna manera, aluden al pensamiento colonial donde las burguesías solo podrían tener la verdad de la realidad, en tanto los indígenas tendrían que seguir siendo considerados como la última rueda del coche del desarrollo.

Ahora bien, si el discurso oficial trató de ser aperturista, conciliador, luego de reconocer la presión social, igualmente resalta que su poder está en el ejercicio de la fuerza y la violencia legítima; incluso, existen enunciaciones con otros *tags* que aluden al hecho de que los dirigentes indígenas serían enjuiciados por vandalismo, etc. Es importante dar cuenta que muchas veces el Estado, justifica su soberanía con el ejercicio del poder; esto quiere decir que desatiende el diálogo, el consenso.

Finalmente digamos que los actores-red hacen una representación de la realidad acorde a los acontecimientos; se nota que Twitter sirvió como un espejo que reflejó la tensión entre los que estaban en la escena y los que pedían el cese del conflicto. Esto, claro está, siempre desde lo maniqueo, desde un discurso que oculta la realidad de los reclamos, relievando solo de los efectos materiales, esto es, la violencia.

Diré así, frente a la metodología propuesta, la discursividad en Twitter fue más bien de apoyo al poder institucional —no necesariamente al gobierno— contra la presencia de los indígenas, actores indiscutibles del paro.

## REFERENCIAS

- Barthes, R. (2004). *Lo neutro. Notas de cursos y seminarios en el Collège de France, 1977-1978*. Siglo XXI.
- Bartra, R. (2007). *Territorios del terror y la otredad*. Pre-Textos.
- Brown, G. & Yule, G. (1983). *Discourse analysis*. Cambridge University Press.
- Callon, M. (1998). El proceso de construcción de la sociedad. El estudio de la tecnología como herramienta para el análisis sociológico. En, M. Doménech y F. J. Tirado (Comps.), *Sociología Simétrica. Ensayos sobre ciencia, tecnología y sociedad* (pp. 143–170). Gedisa.
- Calsamiglia, H. y Tusón, A. (2001). *Las cosas del decir: Manual de análisis del discurso* (2a.). Ariel.
- Castells, M. (2015). *Redes de indignación y esperanza: Los movimientos sociales en la era de internet*. Alianza.

- Castells, M. (2010). *Comunicación y poder*. Alianza.
- Castells, M. (2001). *La galaxia internet: Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*. DeBolsillo.
- Decreto 883. Decreto Presidencial del 3 de octubre de 2019 (Ecuador).
- Ferraris, M. (2017). *Movilización total*. Herder.
- Foucault, M. (2003). *Arqueología del saber*. Siglo XXI.
- Foucault, M. (1999). *El orden del discurso*. Tusquets.
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. SAGE Publications.
- Harvey, A. M. (Comp.). (2005). *En torno al discurso: Contribuciones de América Latina*. UCC.
- Klaus, G. (1979). *El lenguaje de los políticos*. Anagrama.
- Lakoff, G. (2017). *No pienses en un elefante*. Península.
- Lakoff, G. (2009). *The Political Mind: A Cognitive Scientist's Guide to Your Brain and Its Politics* (2 ed.). Penguin Books.
- Lakoff, G. y Johnson, M. (2017). *Metáforas de la vida cotidiana*. Cátedra.
- Latour, B. (2008). *Reensamblar lo social: Una introducción a la teoría del actor-red*. Manantial.

- López, C. y Séré, A. (Eds.). (2003). *Nuevos géneros discursivos: Los textos electrónicos*. Biblioteca Nueva.
- Lotman, I. (1998). *La semiosfera: Semiótica de la cultura, del texto, de la conducta y del espacio: Vol. II*. Universitat de València y Cátedra.
- Lozano, J., Peña-Marín, C. y Abril, G. (2004). *Análisis del discurso: Hacia una semiótica de la interacción textual (7a.)*. Cátedra.
- Lozares, C. (1996). La teoría de redes sociales. *Papers: revista de sociologia*, 48, 103–126. <https://doi.org/10.5565/rev/papers/v48n0.1814>
- Luhmann, N. (1998). *Sistemas sociales: Lineamientos para una teoría general*. Anthropos/Universidad Iberoamericana/Centro Editorial Javerino de la Pontificia Universidad Javeriana.
- Luhmann, N. (1996). *Teoría de la sociedad y pedagogía*. Paidós Educador.
- Maingueneau, D. (2009). *Análisis de textos de comunicación*. Nueva Visión.
- Mancera, A. y Pano, A. (2013). *El discurso político en Twitter: Análisis de mensajes que "trinan"*. Anthropos.
- Mangone, C. y Warley, J. (Eds.). (1994). *El discurso político: Del foro a la televisión*. Biblos.

- Pêcheux, M. (1978). *Hacia el análisis automático del discurso*. Gredos.
- Reboul, O. (1986). *Lenguaje e ideología*. FCE.
- Rodrigo, I. (2020). Análisis del discurso de lo político: Notas para una metodología aplicada a Twitter. En, S. Rivera y B. Reis (Eds.), *Comunicación Política: Debates, estrategias y modelos emergentes* (pp. 209–245). Planeta/Universidad Autónoma de Querétaro.
- Rodrigo, I. (2018). Análisis del discurso en Latinoamérica: Un estado de arte. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 139, 15–66. <https://revista-chasqui.org/index.php/chasqui/article/view/3934>
- Simmel, G. (2015). *Sociología: Estudios sobre las formas de socialización*. Fondo de Cultura Económica.
- Stubbs, M. (1987). *Análisis del discurso: Análisis sociolingüístico del lenguaje natural*. Alianza.
- Van Dijk, T. (2011). *Ideología y discurso: Una introducción multidisciplinaria* (3 ed.). Ariel.
- Van Dijk, T. (2009). *Discurso y poder*. Gedisa.
- Van Dijk, T. (2005). Ideología y análisis del discurso. *Utopía y praxis latinoamericana*, 10(29), 9–36. <http://www.produccioncientificaluz.org/index.php/utopia/article/view/2703>

- Van Dijk, T. (2003a). *Dominación étnica y racismo discursivo en España y América Latina*. Gedisa.
- Van Dijk, T. (2003b). *Racismo y discurso de las élites*. Gedisa.
- Van Dijk, T. (2000). El estudio del discurso. En, T. Van Dijk (Ed.), *El discurso como estructura y proceso* (Vol. I, pp. 21–66). Gedisa.
- Van Dijk, T. (1999a). *Ideología: Una aproximación multidisciplinaria*. Gedisa.
- Van Dijk, T. (1999b). El análisis crítico del discurso. *Anthropos: Huellas del Conocimiento, Semiología crítica: De la historia del sentido al sentido de la historia* (186), 23–36. <http://www.discursos.org/oldarticles/El%20an%20alisis%20cr%20tico%20del%20discurso.pdf>
- Van Dijk, T. (1997). *Racismo y análisis crítico de los medios*. Paidós.
- Vasilachis, I. (1998). *La construcción de representaciones sociales: Discurso político y prensa escrita (un análisis sociológico, jurídico y lingüístico)*. Gedisa.
- Yus, F. (2010). *Ciberpragmática 2.0: Nuevos usos del lenguaje en Internet*. Ariel.