

# TRABAJO DE INVESTIGACION FINAL

MODALIDADES DE INTERACCIÓN EN REDES SOCIALES

## **Modos de intercomunicación en Twitter y la polarización presente en los intercambios de sus usuarios: el modelo del Antipoliteness**

**Autor/es:**

García Cao, Alejo – LU: 1102800

**Carrera:**

Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

**Tutor:**

Lic. Ciarleglio, Gonzalo

**Año: 2021**

# Índice

1. Resumen/Abstract .....	3
2. Introducción .....	4
3. Hipótesis .....	7
4. Marco metodológico .....	7
5. Análisis .....	8
5.1. Los modos de interacción en Twitter y su ajustamiento al Antipoliteness .....	8
5.2. Usuarios descorteses y sus respuestas ante una posible amenaza de censura o exclusión de Twitter .....	14
5.3. Toxicidad de red en Twitter .....	18
6. Conclusión .....	20
7. Bibliografía .....	22
8. Material online .....	25
9. Anexos .....	25
9.1. Libro de códigos .....	25
9.2. Planilla de codificación .....	32
9.3. Corpus de análisis .....	34
9.4. Resultados .....	34

## 1. Resumen

El propósito del presente trabajo, de aproximación positivista, es exhibir la relación existente entre el modelo de interacción propuesto por la red social Twitter y la polarización presente en los intercambios de sus usuarios, enfocándose en la campaña de vacunación nacional llevada a cabo por el gobierno nacional argentino. Con un enfoque cuantitativo este trabajo pretende, en primer lugar, corroborar si este modelo se amolda a algún tipo de praxis cultural del Antipoliteness. Además, aborda de qué manera los usuarios que adoptan discursos descorteses responden ante las amenazas de censura o exclusión de la plataforma. Por último, se analiza si Twitter puede considerarse una red tóxica. Para ilustrar nuestras hipótesis, empleamos el análisis de contenido en un corpus de más de 100 respuestas de usuarios a *tweets* de periodistas y medios de comunicación argentinos acerca de sucesos relacionados al caso de estudio. Los resultados demuestran que el modelo interactivo de esta red social conduce a un Antipoliteness, alimenta la toxicidad de red y, por ello, refleja y contribuye a aumentar la polarización presente en la sociedad argentina.

Palabras clave: Twitter – Antipoliteness – modelo de interacción – polarización – toxicidad de red.

## Abstract

The purpose of this work, with a positivist approach, is to show the relationship between the interaction model proposed by the social network Twitter, and also the existing polarization in the exchanges of its users, focusing on the national vaccination campaign carried out by the Argentine government. With a quantitative approach, this work intends, firstly, to corroborate whether this model conforms to some kind of cultural praxis of Antipoliteness. Furthermore, it addresses how users who adopt rude speech respond to threats of censorship or exclusion from the platform. Finally, it is analyzed whether Twitter can be considered a toxic network. To illustrate our hypotheses, we carried out content analysis on a corpus of more than 100 user responses to tweets from Argentine journalists and media about events related to the case study. The results show that the interactive model of this social network leads to Antipoliteness, fuels network toxicity and, therefore, reflects and contributes to increasing the polarization present in Argentine society.

Key words: Twitter – Antipoliteness – interaction model – polarization - network toxicity

## 2. Introducción

En la actualidad, la mitad de la población mundial – alrededor de 3,8 mil millones de personas – utiliza a las redes sociales como un espacio de discusión pública <sup>1</sup>.

Este nuevo universo de las redes sociales ha ampliado meteóricamente la posibilidad de opinar y a la vez discutir acerca de cualquier asunto; cada usuario puede publicar una cantidad ilimitada de mensajes que serán vistos por sus seguidores (o por cualquiera en caso de tener el perfil público) e incluso darse un intercambio entre múltiples participantes activos.

Muchos de estos espacios virtuales son fuente constante de investigación, pero en especial Twitter ha sido desde su creación el origen de innumerables estudios y se ha examinado aplicándose a diferentes esferas como campañas electorales y ciberpolítica (Gelpi Texeira, 2018), participación ciudadana y ciberactivismo (Ayala, 2014), cambios en el flujo de información y consumo de noticias (Vasterman, 2017), movimientos sociales (Peña López, Congosto y Aragón, 2014), entornos digitales como posibles vectores de la desinformación (Chamberlain, 2010), su uso por parte de organizaciones terroristas para radicalizar a determinados sectores sociales (Thompson, 2011), entre otras.

Twitter es una plataforma de microblogging creada en 2004 por Jack Dorsey y que en la actualidad cuenta con 330 millones de usuarios activos a nivel global. Cualquier persona puede crearse un perfil y el único requisito obligatorio es escoger un nombre de usuario para identificarse dentro de la misma.

Esta plataforma social se destaca por su instantaneidad y brevedad ya que se pueden publicar una cantidad ilimitada de tweets por día pero cada mensaje tiene un límite de 280 caracteres. Cada usuario decide a quien “seguir” sin obligación a que sea correspondido, por lo tanto en ocasiones se suscitan relaciones asimétricas entre los users (Congosto Martínez, 2020).

---

<sup>1</sup> Hootsuite Digital Report 2020

En los últimos años muchos investigadores han tenido como objeto de estudio las interacciones entre los usuarios de Twitter. Es el caso por ejemplo de Bruns y Stieglitz (2012), quienes analizan las conexiones entre usuarios de esta red mediante retweets, etiquetas y menciones.

En esta misma línea, Mariluz Congosto Martínez hace un paralelismo en su tesis doctoral sobre Twitter y una charla casual entre vecinos en el patio de una vivienda que refleja los modos de interacción dentro de esta red.

Para dicha autora, Twitter funciona como un “patio virtual de vecinos” en el que cada usuario puede enterarse de lo que ocurre a su alrededor o contárselo a otros, es decir, puede participar de forma pasiva (simplemente leer mensajes de otras personas) o activa (publicar tweets propios, comentar mensajes de otros usuarios o discutir acerca de cualquier temática entre varios participantes). Sin embargo esta red no es global sino que cada persona participa de las interacciones en su propio “patio”, en el de sus “vecinos” y en algunas ocasiones en el de “vecinos de sus vecinos”. Quiere decir que todo usuario solo interactúa, directa o indirectamente, con sus propios seguidores, aquellos a quien sigue o con los followers de las personas que sigue mediante retweets o etiquetados de mensajes.

Según esta lógica, Twitter es entonces un “conjunto de patios virtuales donde los contactos comparten muchas veces la misma localización geográfica o intereses” y que, por ende, “los mensajes circulan en entornos cerrados, teniendo que levantar mucho la voz para que un mensaje pase de un patio a otro”. (Congosto Martínez, 2020).

Teresa Ayala en su Tesis “Redes Sociales, poder y participación ciudadana” (2014) ya habla de las redes sociales como sistemas reticulares de comunicación donde las personas interactúan socialmente incluso sin tener ninguna vinculación directa o conocerse entre sí (pp. 9).

Ruiz, Masip, Micó y Domingo (2010) someten a debate si las conversaciones en espacios digitales son democráticas y caracterizan a los intercambios en redes sociales como “diálogos fragmentados, sin ilación, distorsionados por abundante charlatanería, pobreza de argumentos y descalificaciones permanentes escudadas en el anonimato propio de las plataformas digitales sociales” (en Navas, 2018).

Otro tema en particular que ha captado el interés de gran cantidad de investigadores es el estudio, desde la opinión pública, de la creación de corrientes de opinión en los *social media*.

Un ejemplo de este enfoque es el trabajo de grado de Iliana Susanga (2015), donde se pregunta si las redes sociales pueden generar opinión pública y arriba a la conclusión de que estas, gracias a su inmediatez, espontaneidad y masividad, “no sólo comunican, sino que también generan corrientes de opinión y formas de interpretar los sucesos” (pp.53). Susanga menciona al *Trending Topic* como una muestra clara de este fenómeno, es decir, un tema dentro de una red social puede convertirse en tendencia y a partir del cual “se diversifican las opiniones en positivas y negativas que a su vez se trasforman en posturas” (pp. 57).

Dichas posturas derivan muchas veces en la polarización, fenómeno tan antiguo como la política en sí y un término que hoy se utiliza frecuentemente en las discusiones sociales y políticas. Sin embargo, pocos esfuerzos académicos se han hecho para intentar definirlo con precisión y marcar con claridad sus límites ya que se trata de una magnitud variable.

Rubén Zamora (2007) traza una analogía entre el conflicto – o polarización – y la temperatura corporal:

*(...) el conflicto es a la democracia lo que la temperatura al cuerpo humano: ninguno pueden vivir sin conflicto o sin temperatura, pero tanto el conflicto como la temperatura, si adquieren grados muy altos o muy bajos, son atentatorios en un caso contra la salud y en el otro contra la democracia. (p. 182)*

Zamora busca mediante esta relación de semejanza demostrar que un determinado nivel de polarización política no solo es inherente sino hasta necesario para la articulación de la democracia. No obstante, señala que este fenómeno pasa a convertirse en una amenaza para el régimen democrático cuando el distanciamiento – de manera continua – entre los actores del mismo, ya sea por sus opuestas visiones del mundo, propuestas programáticas o prácticas políticas, es tan pronunciado que las respuestas y contra-respuestas polarizantes de estos se “ritualizan”, la sociedad las comienza a esperar como la dirección “normal” de la política y terminan por “interferir, paralizar o destruir el adecuado funcionamiento del sistema político”. (pp. 183)

El objetivo de este trabajo es abordar los modos de interrelación que presenta Twitter e investigar si tiene incidencia en la polarización política presente en la sociedad argentina.

Más concretamente, lo que aquí busco es contestar la siguiente pregunta: ¿qué relación existe entre el modelo interactivo propuesto por esta red y la polarización resultante de intercambios sobre asuntos políticos?

Dadas las características y tiempo de trabajo, éste se centra en un caso de estudio, la campaña de vacunación COVID-19 llevada a cabo por el gobierno nacional argentino.

Expuestos estos elementos, estamos en condiciones de continuar. Finalizamos esta introducción comentando cómo se organiza el resto del artículo. En los dos apartados que le sigue presentamos las hipótesis, guías de este trabajo, y después el marco metodológico desde el cual se llevará a cabo el análisis. En la sección 5.1 sentamos una base del modelo propuesto por Kaul de Marlangeón (2017) sobre la tipología de la descortesía verbal en contextos de culturas hispanohablantes. Además corroboramos si los modos de interacción en Twitter se amoldan a algún tipo de praxis cultural del Antipoliteness. En el apartado 5.2 exponemos las normas sobre comportamiento abusivo planteadas por la misma plataforma para luego analizar de qué manera los usuarios que adoptan algún tipo de discursividad descortés responden a la posible amenaza de censura o exclusión de Twitter. En el punto 5.3, construimos una definición de toxicidad de red con la meta de determinar si Twitter es una red tóxica. Por último, en la sección 6 brindamos las conclusiones.

### **3. Hipótesis**

- La dinámica de no interacción que propone Twitter deriva en un aumento del Antipoliteness
- El modelo de interacción en Twitter alimenta la toxicidad de red
- Twitter refleja y contribuye a aumentar la polarización presente en la sociedad argentina

### **4. Marco Metodológico**

#### Recolección de datos

Los datos de este trabajo de investigación están basados en una selección de 116 tweets recopilados de la plataforma social Twitter a lo largo de 2021. Estos mensajes fueron publicados por los usuarios argentinos de dicha red y tratan sobre asuntos políticos, más

precisamente acerca de la campaña de vacunación del Covid-19 llevada adelante por el gobierno nacional argentino.

Los mensajes analizados son respuestas de los usuarios a tweets pertenecientes a periodistas y medios de comunicación argentinos. Las piezas elegidas son nueve: un tweet del periodista de La Nación + Paulino Rodríguez, uno del periodista de Clarín Daniel Santoro, uno del medio C5N, uno del medio La Nación, uno del medio Todo Noticias, dos del medio Clarín y dos del medio Infobae

### Técnicas de recolección de datos

En función de los objetivos de investigación planteados y ajustado al paradigma elegido –positivista–, este trabajo se regirá bajo un enfoque cuantitativo y empleará el análisis de contenido como técnica metodológica para estudiar todo el material recolectado.

### Conformación de la muestra

Para poder seleccionar una muestra que sea verdaderamente representativa dentro de una población heterogénea (cualquier persona argentina que tenga una cuenta de Twitter y haya respondido a las piezas elegidas) se llevará a cabo un muestreo probabilístico de tipo aleatorio. Entre la totalidad de respuestas a los tweets seleccionados, se escogerán el 25% de las contestaciones al azar si la pieza tiene menos de 100 respuestas y en caso de tener más que esa cifra se elegirá el 5% de ellas.

### Modelo de análisis

El modelo de análisis de este trabajo está basado en el propuesto por Silvia Kaul de Marlangéon (2017) que será desarrollado en el marco teórico/análisis. No obstante, se le agregan variables y elementos que son particulares a la situación que está bajo estudio en este proyecto.

## **5. Análisis**

### **5.1. Los modos de interacción en Twitter y su ajustamiento al Antipoliteness**

La ética del *Politeness* nace en un contexto distinto al actual, el de las *coffeehouses* europeas del siglo XVII, que era intrínsecamente conversacional y donde las discusiones se regían bajo ciertos parámetros y reglas compartidas colectivamente (Cowan, 2004:5).

A diferencia de lo que sucedía en aquella época, hoy los intercambios en redes sociales como Twitter se dan entre avatares, es decir, perfiles digitales que pueden ser de personas reales o identidades falsas. Dada esta posibilidad de expresar casi cualquier opinión libre de censura (no se terminan de esclarecer las fronteras dispuestas por esta red ya que hace poco tiempo fue cerrada la cuenta del ex presidente norteamericano Donald Trump) se suscitan discusiones entre entes virtuales que perfectamente pueden ser desconocidos y esto conduce a la ausencia de toda mediación y límites verbales o éticos que orienten los intercambios, lo que a su vez deriva, en muchas ocasiones, en la presencia del *impoliteness*.

El término *impoliteness* es complejo de abordar. El interés científico por estudiar este fenómeno es relativamente reciente – las primeras aproximaciones las hace Culpeper (1996) a mediados de los 90’– y se pueden encontrar tantas definiciones como investigaciones que lo enfoquen como su objeto de estudio dada la variedad existente en la esfera de la pragmática que se ve reflejada en las investigaciones sobre el *impoliteness* (Culpeper, 2014). Además, este campo ha absorbido en las últimas décadas una gran suma de conceptos y aproximaciones de otras disciplinas como la sociología, la antropología o la psicología social y el *impoliteness* se ha convertido en uno de los temas más estudiados en el siglo XXI dentro de este ámbito (Sinkeviciute, 2015).

Culpeper quizás es el autor que más tiempo y obras ha dedicado para estudiar este fenómeno. Él define al concepto de *impoliteness* como las estrategias comunicativas por parte del hablante para agredir y enfrentar al oyente así como generar conflicto social entre ellos (Culpeper,2003:1545). Más adelante añade la intencionalidad del hablante y la percepción del oyente como claves de este proceso (2005).

Empero, los aportes de Silvia Kaul de Marlangeón sobre la descortesía verbal en el marco de sociedades hispanohablantes y redes sociales son claves para entender al *impoliteness* dentro del contexto de una cultura como la argentina y una plataforma como Twitter. Por ello, resultan imprescindibles para el desarrollo de esta investigación.

Dicha autora conceptualiza la descortesía verbal como un “comportamiento comunicativo que ataca, daña, denigra u ofende la imagen social del interlocutor; busca causarle un

perjuicio o incide de manera negativa en el clima socio-emocional de la interacción” (2014:147).

Kaul de Marlangeón no solo aborda su objeto de estudio desde una aproximación teórica sino que también busca su operacionalización. Para ello propone una tipología de la descortesía verbal en culturas hispanohablantes y presenta una escala creciente de grados de *impoliteness* según la “intencionalidad” que anima al hablante y del “grado de lesión” que produce (2017:12).

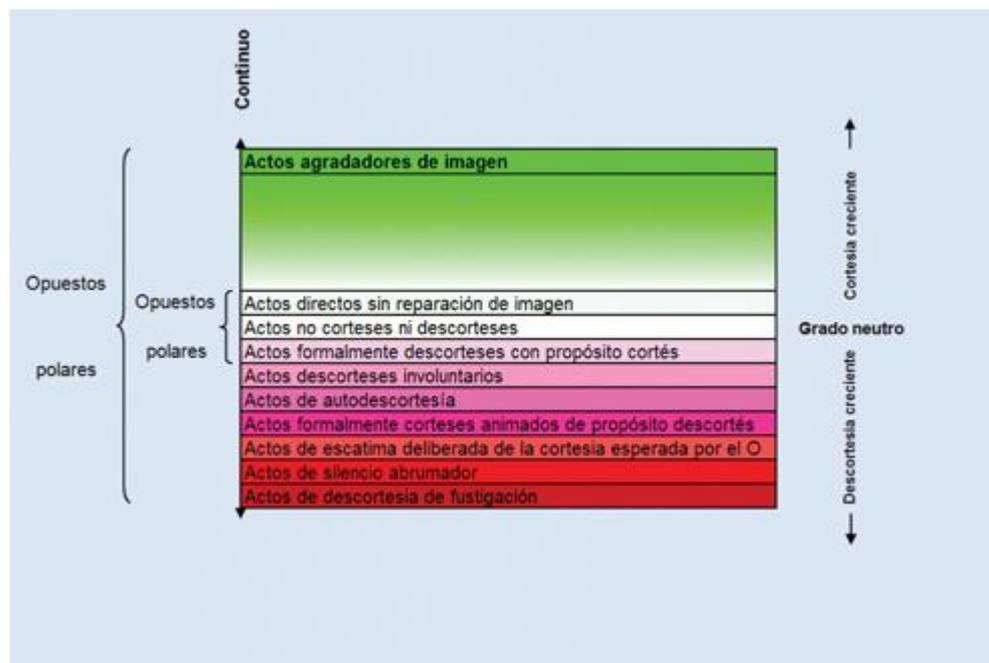


Ilustración 1: Escala creciente de la cortesía y descortesía verbal – (S. Kaul de Marlangeón, 2017:11)

Como se puede observar en la Ilustración 1, dicha escala contiene siete tipos de actos descorteses que van desde la menor gradación de descortesía a la mayor.

En el primer grado se encuentran los actos formalmente descorteses con propósito cortés. Estos actos suelen utilizarse dentro de una cultura hispanohablante como la argentina con el fin de acercarse e identificarse a un oyente o hacia el resto de integrantes de un grupo al emplear el léxico dominante de dicho grupo, que promueve sentimientos positivos como la fraternidad, camaradería y tiende al entusiasmo de la pertenencia al grupo (2017:19). El ejemplo más común entre los jóvenes argentinos es el “Boludo” para llamar a un amigo.

Le siguen los actos descorteses involuntarios. Una de las muestras más comunes de estos actos es lo que la autora denomina “metedura de pata”, en sentido de un traspie verbal. Si

bien no hay intencionalidad por parte de quien la comete y no siempre tiene un efecto negativo en el oyente, este acto sigue siendo descortés (2017:14).

Ya en la “zona roja” de la escala se encuentran los actos de escatima deliberada de la cortesía esperada por el oyente. Este tipo de descortesía actúa por omisión, es decir, el emisor del mensaje pasa por alto parcialmente la cortesía debida por más de que transgreda un trato cortés como comportamiento social esperado y recomendable, motivado principalmente por emociones negativas como la mezquindad, los celos o incluso la envidia (2017:17).

Muy cerca del límite están los actos de silencio abrumador. Aquí la negación de la cortesía es total y proviene del oyente ya que este “esgrime deliberadamente su silencio para defraudar sorpresivamente un asentimiento esperado por parte del hablante”, aun cuando el contexto y el vínculo entre los interlocutores lo impulsarían al consentimiento. Este tipo de descortesía está motivada por las mismas emociones negativas que el grado anterior (2017:17).

El grado que se sitúa en el extremo de esta escala es la descortesía de fustigación (en el sentido metafórico de dar azotes), el acto según la autora más descortés por naturaleza y que experimenta el nivel más alto de intensidad emocional. Kaul de Marlangeón la define como una agresión verbal del hablante conformada por una conducta deliberada y estratégica orientada a herir, hostigar, menospreciar, humillar, desprestigiar o incluso anular la imagen del interlocutor para iniciar o replicar un enfrentamiento, asegurando la confrontación discursiva (2017:11).

En contraste con la conversación *Polite* de las *coffeeshouses*, las redes sociales actuales, pero particularmente Twitter, se caracterizan por las relaciones asimétricas entre sus usuarios. En este sentido, las cuentas de periodistas y medios de comunicación en esta plataforma invierten la historia: proponen un modelo no conversacional.

El mecanismo de interacción que plantean con los usuarios es prácticamente el mismo: no interactuar. A modo de ejemplo, ninguna de las más de cien respuestas a los periodistas o medios que habían publicado *tweets* sobre algún asunto relacionado a la campaña nacional para el COVID-19 y que se relevaron para este estudio fue contestada.

Esto quiere decir que sus cuentas en esta plataforma funcionan, más que como un mecanismo de discusión donde interactuar, como una suerte de cartelera donde las

personas expresan, “escupen” lo que sienten. Y al manifestar emociones (como por ejemplo la indignación ante un escándalo político) sin esperar una respuesta del otro lado muchas veces desencadena en la aparición de la descortesía verbal.

En este marco, casi el 90% de los *tweets* examinados son descorteses y de ellos la gran mayoría se encuadra en el Tipo 2 o descortesía de fustigación, el acto más descortés por esencia según la tipología de descortesía verbal de Silvia Kaul de Marlangeón –de la cual se basa este trabajo –.

En este tipo de actos a medida que aumenta la voluntad en el grado de lesión al destinatario se incrementa la intensidad emocional del hablante, que se exterioriza a través de determinados indicadores y locuciones verbales descorteses enmarcadas en emociones negativas como la ira, rabia o cólera, por lo que pueden medirse como violencia en distintos grados de intensidad (Kaul de Marlangeón,2017:11-12).

En cuanto al presente trabajo, el 60% de los mensajes estudiados están dentro de los tres grados más altos de la escala de descortesía verbal, es decir, contienen insultos o radicalización discursiva.

A este respecto, las estrategias descorteses más reiteradas son los insultos. Entre los 116 *tweets* analizados se encontraron 115 insultos. Esto quiere decir que hay, de promedio, un insulto por cada *tweet* de los examinados. Además, sólo el Grado 5 (insultos graves) ocupa el 42,24% del total, más que el Grado 0 (ausencia de descortesía), el Grado 2 (ironías y sarcasmos) y el Grado 3 (subversión discursiva) sumados.

Por otro lado, las falacias ocupan un cuarto de todos los indicadores de descortesía verbal encontrados. Hay presencia de catorce tipos como falacias del hombre de paja, falacias de escape o pseudopreguntas pero las generalizaciones son las más frecuentes:

Ejemplo 1:

**igapreb** @ignaprebi 19 feb. 2021

Todos chorros se demuestra todo el tiempo

Dicho ejemplo muestra la generalización que hace “igapreb” al tomar como “chorros” a todos los políticos del gobierno – luego de la vacunación de la familia Moyano y la imagen junto al Presidente Alberto Fernández – y afirmar que esto “se demuestra todo el tiempo”, sin fundamentos o argumentar por qué son todos ladrones.

Otras de las estrategias discursivas halladas para expresar emociones como enfado, ira o descontento y por donde se canaliza la descortesía de fustigación son el sarcasmo y la subversión discursiva.

Ejemplo 2:

**Porlasdudas Gra** @GRACUZ 22 feb. 2021

La cola era para retirar el café con la medialuna!!

En esta respuesta a un tweet del medio Infobae sobre el desconocimiento de Carla Vizzotti – en ese momento Viceministra de Salud de la Nación – del caso de los vacunados vip en el Ministerio de Salud, la autora apela al sarcasmo para desprestigiar la figura de Vizzotti ya que no cree que desconozca lo que había ocurrido.

De todos los *tweets* que presentan subversión discursiva, un tercio apela a la frase “Ni olvido ni perdón” reformando su significado.

Ejemplo 3:

**Pandemio gonzalez** @PandemioG 30 ago. 2021

Ni olvido ni perdón al manejo político, a la mentira, al vacunatorio vip, a la información falsa, a rechazar donaciones y a copani cantando “quiero la pfizer” mientras se moría gente

Originalmente esta expresión se usaba en las marchas para pedir justicia contra los militares de la dictadura. En cambio, en los casos analizados como el expuesto su utilización es para plantear una equivalencia semiótica con los militares del Proceso. Es decir, ubican en el mismo plano semántico a quienes hacen uso político de la pandemia, mienten, roban vacunas, brindan informaciones falsas, rechazan donaciones e ironizan con vacunas que no están en el país – en ese momento - con quienes robaban bebés y cometían otros crímenes de lesa humanidad en la última dictadura cívico-militar argentina.

Un indicador descortés similar a estos últimos, aunque menos evidente, es la ironía. A pesar de muy pocos usuarios hacen uso de este recurso (apenas el 4% de ellos) también es una forma de expresarse descortésmente.

Ejemplo 4:

**Fernando Gallego** @fergaitaxeneixe 19 feb. 2021

Todo muy Nac and pop.

Aquí el usuario responde a un tweet del medio La Nación que hace referencia a la vacunación de toda la familia de Hugo Moyano, líder sindical y dirigente deportivo argentino, e ironiza con las dos banderas que defiende el peronismo y actual gobierno nacional argentino, lo “nacional” y lo “popular”.

La propia plataforma al imponer un límite de 280 caracteres por mensaje conlleva a imposibilidad de expresar ideas complejas. De hecho, el promedio de caracteres por *tweet* entre todos los examinados es de 76,28. En adición, la mitad de los mensajes están entre 0 y 50 caracteres, mientras que aquellos entre tienen entre 150 y 280 son apenas 21.

Ejemplo 5:



Casualmente, los tweets con menos caracteres suelen ser los más descorteses de todos y contener agresiones verbales severas como en los tres que se exhiben a modo de ejemplo.

Estas cifras demuestran por ende que la propia dinámica de Twitter incentiva los mensajes cortos, instantáneos, propensos a ser emocionales y así también contribuye a reforzar un aumento del *impoliteness*.

## 5.2. Usuarios descorteses y sus respuestas ante una posible amenaza de censura o exclusión de Twitter

Dentro de la sección “Seguridad y ciber-crimen” de su Centro de Ayuda, Twitter tiene un apartado especial para el comportamiento abusivo. Allí se postula una regla clara: “No puedes participar en situaciones de acoso dirigidas a una persona o incitar a otros a

hacerlo. Consideramos comportamiento abusivo el intento de acosar, intimidar o silenciar la voz de otra persona” (Twitter,2021:1).

Esta norma busca mantener la libertad de expresión, la conversación abierta y contribuir a que “el diálogo en la plataforma sea sano y empoderar a las personas para que expresen diversas opiniones y creencias” (2021:2). Para poder lograrlo establecen en la misma sección una lista de comportamientos considerados abusivos que derivan en intervenciones y posibles sanciones de la plataforma.

Encabezan el listado las amenazas violentas, que Twitter las considera como “declaraciones explícitas de la intención de infligir daño que tendría como consecuencia lesiones corporales graves y duraderas, con las que una persona podría morir o sufrir de heridas graves” (por ejemplo "Te voy a matar"). Para este tipo de prácticas la red tiene cero tolerancia y quienes las cometan pueden enfrentarse a la suspensión inmediata y permanente de sus cuentas (2021:7).

En segundo lugar están las expresiones de deseo o pedidos para que una persona o grupo sufran daños graves. Twitter deja en claro que no permite dentro de su plataforma ningún contenido que fomente, estimule o manifieste la intención o ilusión de que una persona o grupo de ellas se mueran, sufran daños físicos severos (por ejemplo "Si este grupo de manifestantes no se calla, se merecerá que le disparen") o se encuentren afectados por una enfermedad seria (por ejemplo "Espero que te dé cáncer y te mueras") salvo que se trate de personas ya acusadas por violencia grave como violadores o abusadores de niños. En esas excepciones solo se pide la eliminación del tweet sin mayores sanciones (2021:9).

Terceras en esta lista se sitúan las insinuaciones sexuales no deseadas y el contenido que refiera a una persona como objeto sexual sin su consentimiento. Se nombran algunos casos a modo de ejemplo como el envío de contenido multimedia (tanto imágenes, GIF o videos) no apto para menores de edad a un individuo sin su deseo o previa solicitud, el pedido de actos sexuales, la discusión sexual no deseada sobre el cuerpo de una persona y la publicación de contenido que sexualice a alguien sin su aprobación (2021:11).

El listado abarca además insultos, lenguaje obsceno o epítetos cuyo fin sea agredir o amedrentar a otros. Ante un uso moderado se suele limitar la visibilidad del tweet infractor y si se da de manera severa y repetitiva la red puede llegar a pedir su eliminación (2021:13).

El aliento o pedido a terceros para que acosen a un individuo o grupo de personas tanto en línea como por fuera de la plataforma también está prohibido (2021:14).

Por último, se vetan las negaciones sobre la existencia de eventos como víctimas masivas (siempre que se pueda chequear la veracidad del suceso y sea con una intención maliciosa). La misma red pone ejemplos clarificadores como el Holocausto, tiroteos en escuelas, ataques terroristas y desastres naturales (2021:15).

Las consecuencias esgrimidas por la plataforma para todos aquellos que cumplan con cualquiera de estos comportamientos van desde una clasificación inferior a los tweets en las respuestas, la omisión de los tweets o las cuentas en correos electrónicos o recomendaciones en productos hasta una solicitud de eliminación del Tweet que incumpla dicha política (y posterior período en modo de solo lectura sin poder twittear) o la suspensión de cuentas que sean utilizadas principalmente para participar en comportamientos abusivos o compartan amenazas violentas (2021:17).

Sin embargo, al momento de navegar por Twitter se observa un panorama distinto al proyectado en esta sección.

Pocos son los usuarios (podría poner un porcentaje) que toman ciertos recaudos a la hora de expresar su descortesía. Dos ejemplos son los de @MonikPinck y @ALICIAAZANZA, que reemplazan agresiones verbales directas mediante distintas estrategias:

Ejemplo 6:



Como se puede ver, ambas implementan caminos para sortear las reglas de comportamiento abusivo propuestas por Twitter. En el primer caso, @MonikPinck sustituye los insultos “patéticos”, “soretas”, “payasos” y “mentirosos” por sus respectivos emojis. Por otro lado, la usuaria Alicia Azanza suple el argentinismo “hijo de re mil puta” por su abreviación “hdrp”.

No obstante, seis de cada diez mensajes analizados se ubican dentro del listado de conductas consideradas como abusivas y por tanto prohibidas por la plataforma. De ochenta agresiones severas halladas tan sólo quince recurren a maniobras de este tipo como el *emoji* de alguien vomitando o el “hdp”, por citar dos casos que se repiten. El resto verbaliza los insultos sin ningún límite.

Ejemplo 7:

**Persona** @giucpstroia 2 de jun. 2021  
MISERABLES.

Ejemplo 8:

**Felicitas** @Felicitasok 19 de feb. 2021  
Cada día demuestran más lo lacras que son!!!

Ambos mensajes, que responden a tweets sobre escándalos políticos relacionados a la campaña de vacunación para el COVID-19, contienen insultos graves (“miserables” y “lacras”) e incumplen con el inciso del apartado previamente mencionado que condena los insultos que busquen “agredir o amedrentar a otros”.

Incluso el 8,62% del total de *tweets* estudiados está enmarcado dentro de la radicalización discursiva o, en otras palabras, son amenazas o deseos de algún tipo de daño físico por parte del emisor del mensaje para con su destinatario. Significa que uno de cada trece mensajes – aproximadamente – contiene lenguaje iracundo, memes, gifs o imágenes violentas que apelan a lesiones físicas graves o incluso a la muerte.

Ejemplo 9:

 **Joe Pandolfini**  
@JoePandolfini  
En respuesta a @LANACION  
👊👌👎



 **RicardoSan**  
@Ricardo79994264

En respuesta a @clarincom  
Poder judicial corrupto..  
Hay que intervenir....  
Con un lanzallamas!!!!

Dos muestras clarificadoras de la radicalización discursiva son los *tweets* de @JoePandolfini y @Ricardo79994264. En el primer caso el usuario publica una imagen editada de Jorge Rafael Videla, militar y dictador argentino, a punto de cerrar el baúl de un automóvil con los cuerpos – también editados – de Sergio Massa, Axel Kiciloff, Cristina Fernández de Kirchner y Alberto Fernández. Dicho tweet hace alusión a la etapa del Proceso de Reorganización Nacional, última dictadura cívico-militar de la Argentina donde se cometieron miles de crímenes de lesa humanidad como el secuestro de personas y su traslado en baúles de autos para ser ejecutados, y expresa mediante tres emojis (ataúd que representa a la muerte, el gesto de paz la “V” de la victoria peronista y el excremento a “soretas”) el deseo de muerte para los principales políticos del gobierno nacional encabezado por Fernández-Fernández. En el segundo, “RicardoSan” acusa de corrupto al Poder Judicial y manifiesta que hay que intervenirlo con un lanzallamas.

Estas libertades de los usuarios a la hora de expresar agresiones verbales graves tienen que ver no solo con la falta de control sino además con el anonimato. Twitter siempre se ha destacado por ser una plataforma más condescendiente que otras respecto a la censura de contenido y la comprobación de la identidad de sus usuarios bajo la bandera de la libertad de expresión.

De hecho, ninguna de las cuentas a las que pertenecen los tweets estudiados está verificada. Por lo tanto uno no puede saber si las identidades son verdaderas o son personas que encubren su identidad en perfiles falsos y dejan riendas sueltas a la descortesía verbal para agredir y confrontar activamente escudados en el anonimato.

Todos los *tweets* que incumplen con el apartado de “Comportamientos abusivos” siguen publicados – algunos datan de febrero de 2021 –, sin ningún tipo de sanción o restricción para el mensaje o la cuenta por parte de Twitter.

### **5.3. Toxicidad de red en Twitter**

En directa relación con el *impoliteness* se encuentra la toxicidad de red. Si bien el concepto es bastante reciente y aún no tiene un significado concreto, se puede construir una definición en base a un análisis semántico del mismo.

Toxicidad proviene del término “tóxico”, que quiere decir algo capaz de envenenar. Esta última palabra tiene 6 definiciones para la Real Academia Española, pero llaman la atención dos de ellas: “crear discordia o enemistad o ser causa de ellas” y “corromper, causar daño moral”.

En las redes sociales, pero especialmente en Twitter, es muy frecuente observar comentarios de usuarios para con otros avatares que se pueden calificar como tóxicos, desde ataques a su figura, intentos de descalificación o la utilización de violencia verbal.

Se puede definir por lo tanto a la toxicidad de red como todo tipo de acciones o conductas por parte de usuarios de una plataforma social cuyo fin sea corromper activamente su entorno, generar un daño moral y/o fundar hostilidad entre otros participantes de la misma.

Actualmente, existe la percepción en una parte de la sociedad argentina sobre la toxicidad de Twitter asociada al modelo de interacción que propone y que gira alrededor de la idea de que “Twitter es una cloaca” y que allí no se puede debatir.

Lo cierto es que de los más de cien *tweets* analizados, un 82,75% son calificados como tóxicos, es decir, buscan dañar voluntariamente su ambiente e incentivar la confrontación a través de distintos métodos como apelación a la violencia verbal, intentos de descalificación o anulación del otro, por mencionar algunos.

Entre ellos, tres de cada cuatro son agresiones directas. Hay presencia de más de setenta tipos de insultos distintos entre las que se encuentran insultos leves (“mentirosa”, “polenteros”, “incapaces”), hashtags insultantes leves (“#Vergüenza”), *emojis* insultantes leves (*Emoji* de “Payaso” o *Emoji* de “Nariz Larga”), insultos graves (“hijos de puta”, “gordo lacra”, “basuras”, “zorra”), hashtags insultantes graves (“#Corruptos”) o *emojis* insultantes graves (*Emoji* de o *Emoji* de “Persona vomitando”).

Ejemplo 10:



**Ramón**  
@Sergio1062509

En respuesta a @todonoticias

Chorros cara dura . Después te dicen tene prueba , tene prueba vo ! No podes ser tan ignorantes cavernícolas adoctrinados y defender estás lacras inmundas fascistas .



**Milton Bentancor**  
@MiltonBentancor

En respuesta a @infobae

Jajajajaja

\*\*\* Y el país desconoce totalmente que Argentina está en manos de corruptos, ladrones, inmorales y asesinos.

#Lamentable

#Verguenza

#ElPeorDeLaHistoria

#LosKNoSonDemocracia

#Corruptos

#CárcelParaLosCorruptos

#LosKSonMentira

Estos dos ejemplares reflejan la toxicidad presente en la red analizada. Como se puede observar, ninguno de los dos usuarios desea iniciar un diálogo ni se atiene a reglas de cortesía. Ambos buscan atacar directamente a la figura del adversario – no sólo los políticos involucrados en el episodio del “Vacunatorio VIP” sino también a toda la parte de la sociedad que los apoyan – mediante un arsenal de indicadores descorteses.

En el mensaje de Ramón (@Sergio1062509) hay ocho insultos, cinco de ellos considerados agresiones graves como por ejemplo “lacras”, “chorros” y “fascistas”. Por el lado de @MiltonBentancor, despliega once insultos entre agresiones verbales propiamente dichas (“corruptos”, “ladrones” y “asesinos”) y hashtags insultantes (“#LosKNoSonDemocracia”, “#CárcelParaLosCorruptos” o “#ElPeorDeLaHistoria”, por citar algunos de ellos).

Los mensajes que escapan a la toxicidad de la red quedan reducidos a menos de un 20% entre todos los examinados.

## 6. Conclusión

En el presente artículo se ha corroborado que en Twitter no hay *politeness* que oriente las interacciones. Los modos de “no interacción” que proponen los medios de comunicación y periodistas particulares en esta plataforma tienen consecuencias sobre el contenido o el tenor de los intercambios de sus usuarios. Esto lleva a que expresen sus emociones y sentimientos de manera espontánea y fragmentada en mensajes que no están regidos por un conjunto de normas o valores unánimemente aceptados sino que se caracterizan por la virulencia, obscenidad y agresión – lo que aquí llamamos *Antipoliteness* –.

En adición, la limitación en la cantidad de caracteres que Twitter impone lleva en muchas ocasiones a mensajes muy cortos, cargados con una visión simplista y maniquea que multiplican las chances de agredir al otro. De esta manera las posibilidades de interacciones fluidas donde pueda haber un diálogo sano y puntos de consenso por el cual debatir disminuyen y el *Antipoliteness* aumenta.

También se ha advertido que, además de la cantidad de descortesía verbal, la intensidad de ésta entre las respuestas a *tweets* de periodistas y medios sobre hechos relacionados a la campaña de vacunación nacional COVID-19 es muy elevada.

Al mismo tiempo, se ha señalado cómo los usuarios de Twitter que adoptan algún tipo de discursividad descortés responden a la posible amenaza de censura o exclusión de la plataforma. A la ausencia de una ética cortés dentro de la red se le suma la falta de control de las reglas para prevenir comportamientos abusivos planteadas por Twitter. En la práctica, este apartado parece quedar en el olvido o ser simplemente una pantalla de protección para la misma plataforma.

Excepto un grupo menor de usuarios que sortean las normas anti abusivas con estrategias como el reemplazo de agresiones verbales por su representación en *emojis* o su abreviación, la mayoría de los individuos al no deber atenerse a represalias o sanciones dejan llevar sus diques morales y hacen uso recurrente de la violencia verbal.

En tercer lugar, en este trabajo se ha evidenciado que Twitter es una red tóxica, al menos en lo que respecta a temas políticos que de por sí generan posturas opuestas como el que se focaliza en este estudio.

En dicha red abundan las agresiones verbales, amenazas violentas y otro tipo de acciones que no solo no contribuyen a un diálogo abierto, crítico, donde pueda haber intercambios constructivos, sino que buscan corromper activamente su entorno y confrontar directamente con el adversario. Es un espacio donde proliferan los discursos maliciosos que adoptan posiciones marcadas, muchas veces en uno u otro extremo, dejando poco espacio para aquellos que buscan expresar sus ideas de forma cortés y colaborar a un diálogo abierto y sano con otros usuarios.

Se puede concluir entonces que este es un modelo ajustado al *Antipoliteness* que, al no contar con ningún armazón de valores comunes que guíe los intercambios, funciona como un motor de polarización en las interacciones entre los usuarios. Un modelo que no

produce polarización *per se* pero sí plasma y agudiza la polarización ya presente en una sociedad tan fragmentada como la argentina sobre todo en asuntos que generan controversia como – el estudiado en este trabajo – la campaña de vacunación COVID-19 llevada a cabo por el Gobierno Nacional Argentino, que refleja divisiones y posturas preexistentes a nivel social y las visibiliza en el espacio donde millones de personas discuten hoy sobre política y otras cuestiones de la vida pública en la actualidad: Twitter.

## 7. Bibliografía

Atencia, William, Bustillo, José & Rambal, Juan (2020). *Analizador de tweets asociados a la política y polarización Colombiana* (Tesis de Grado, Universidad del Norte).

Atyaf, Hasan I. (2020). A Socio-Linguistic Analysis of Impoliteness in Political Tweets. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*. Vol. 11, Issue 1. Diyala, Iraq: University of Diyala.

Ayala P., Teresa (2014). Redes sociales, poder y participación ciudadana. *Revista Austral de Ciencias Sociales*, núm. 26, 2014, (pp. 23-48). Valdivia, Chile: Universidad Austral de Chile.

Bakshy, E., Hofman, J. M., Watts, D. J., & Mason, W. A. (2011). Everyone's an Influencer: Quantifying Influence on Twitter Categories and Subject Descriptors. En *ACM international conference on Web search and data mining* (pp. 65–74).

Bialy, Beata. 2017. Social Media—From Social Exchange to Battlefield. *The Cyber Defense Review*, Vol. 2, No. 2 (SUMMER 2017), pp. 69-90.

Bowd, Kathryn. 2015. Social media and news media: Building new publics or fragmenting audiences. En *Making Publics, Making Places* (pp. 129-144). Adelaide: University of Adelaide Press.

Brenes Peña, M. Ester (2006). Los insultos entre los jóvenes: la agresividad verbal como arma para la creación de una identidad grupal. *Interlingüística*, ISSN 1134-8941, Vol. 17, pp. 200-210.

Bruns, A. & Stieglitz, S. (2012). Quantitative approaches to Comparing Communication Patterns on Twitter. *Journal of Technology in Human Services*, 30(3-4), 160-185.

Bustos Díaz, Javier (2013). *Polarización mediática vs. Polarización en las redes sociales. Estudio de los perfiles de El País y El Mundo en Twitter* (Universidad de Málaga).

Calles Santillana, Jorge, Cansino, César & Echeverría, Martín. *Del Homo Videns al Homo Twitter: democracia y redes sociales*. Puebla: Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.

Chamberlain, P.R. 2010. Twitter as a Vector for Disinformation. *Journal of Information Warfare*, Vol. 9, No. 1 (2010), pp. 11-17.

Congosto Martínez, Mariluz (2020). *Caracterización de usuarios y propagación de mensajes en Twitter en el entorno de temas sociales* (Tesis Doctoral, Universidad Carlos III de Madrid).

Cormode, G., Krishnamurthy, B. y Willinger, W. (2010). A manifesto for modelling and measurement in social media. *First Monday*, 15(9).

Culpeper, J. (1996). Towards an anatomy of impoliteness. *Journal of Pragmatics*, Vol. 25, 349-367.

Culpeper, J., Bousfield, D., and Wichmann, A. (2003). Impoliteness Revisited: with Special Reference to Dynamic and Prosodic Aspects. *Journal of Pragmatics*, Vol. 3, pp. 1545-1579.

Dodds, P. S., Harris, K. D., Isabel, M., Bliss, C. A., & Danforth, C. M. (2011). Temporal patterns of happiness and information in a global social network: Hedonometrics and Twitter. *PloS One*, 6(12).

Gayo Avello, D. (2011). All liaisons are dangerous when all your friends are known to us. En *Proceedings of the 22nd ACM conference on Hypertext and hypermedia* (pp. 171–180).

Gelpi Teixeira, Rodrigo (2018). *Política 2.0: las redes sociales (Facebook y Twitter) como instrumento de comunicación política. Estudio: caso Uruguay* (Tesis Doctoral, Universidad Complutense de Madrid).

Haugh, M., & Culpeper, J. (2018). Integrative pragmatics and (im)politeness theory. In C. Ilie & N. Norrick, (Eds.), *Pragmatics and its interfaces* (pp. 213-239). Amsterdam: John Benjamins.

Kaul de Marlangeon, S. (2008). Tipología del comportamiento verbal descortés en español. En Briz Gómez A., Hidalgo Navarro A., Albelda Marco M., Contreras J. y Hernández Flores N. (Eds.), *Cortesía y conversación: de lo escrito a lo oral*. Tercer Coloquio Internacional del Programa EDICE, Vol. 3 (pp. 254–266). Valencia/Estocolmo: Universidad de Valencia Programa EDICE.

Kaul de Marlangeon, S. (2014). La descortesía verbal en el contexto político-ideológico de las redes sociales. *Revista de Filología*, Vol. 32, pp. 145-162.

Kaul de Marlangeon, S. (2017). Tipos de descortesía verbal y emociones en contextos de cultura hispanohablante. *Pragmática Sociocultural*, 5(1), 119-123.

Navas, Albertina (2018). *Modelo de variables de desempeño e impacto en Twitter. Un análisis comunicacional* (Tesis de Grado, Universidad de Navarra).

Peña López, I., Congosto, M. y Aragón, P. (2014). Journal of Spanish Cultural Studies Spanish Indignados and the evolution of the 15M movement on Twitter: towards networked parainstitutions. *Journal of Spanish Cultural Studies*, 15(1-2), 189–216.

Rao, D., Yarowsky, D., Shreevats, A., & Gupta, M. (2010). Classifying latent user attributes in Twitter. En *Proceedings of the 2nd international workshop on Search and mining user-generated contents*, SMUC '10 (pp. 37–44).

Revilla Rey, Daniel (2020). *Infraestructura software para el análisis de las interacciones en Twitter: aplicación a la detección de trastornos de conducta alimentaria* (Tesis de grado, Universidad de Zaragoza).

Rueda, Ana María (2014). *Cortesía en 140 caracteres: interacciones en Twitter entre periodistas y prosumidores* (Universidad de Sevilla)

Ruiz, C., Masip, P., Micó, J.L. y Domingo, D. (2010). Conversación 2.0 y democracia. Análisis de los comentarios de los lectores en la prensa digital catalana. *Comunicación y sociedad*, 23(2), 7-39.

Thompson, Robin. 2011. Radicalization and the Use of Social Media. *Journal of Strategic Security*, Vol. 4, No. 4 (Winter 2011), pp. 167-190.

Vasterman, Peter. 2017. You won't believe how co-dependent they are Or: Media hype and the interaction of news media, social media, and the user. En *From Media Hype to Twitter Storm* (pp. 313-332). Amsterdam: Amsterdam University Press

Van Dijck, José & Poell, Thomas. 2013. Understanding Social Media Logic. Media and Communication, Vol. 1, Issue 1, pp. 2–14.

## 8. Material online

Twitter. (s.f.). *Comportamiento abusivo*.

<https://help.twitter.com/es/rules-and-policies/abusive-behavior>

## 9. Anexos

### 9.1. Libro de códigos

#### I. Caracterización básica de la descortesía verbal y la toxicidad de red

- 1- **Tipo de descortesía verbal (*impoliteness*)**. Se codifica el tipo o categoría de descortesía verbal a la que pertenece el tweet analizado (Kaul de Marlangeón, 2017). A este modelo se le añaden el Tipo 1 (radicalización discursiva) y el Tipo 8 (ausencia de descortesía):
  1. **Radicalización discursiva**. Amenaza o deseo de algún tipo de coerción o daño físico por parte del emisor del mensaje verbal para con su destinatario. Ejemplos: lenguaje iracundo apelativo a daños físicos, amenazas de muerte, memes, gifs o imágenes violentas.
  2. **Descortesía de fustigación**. Agresión verbal del hablante conformada por una conducta deliberada y estratégica orientada a herir, hostigar, menospreciar, humillar, desprestigiar o incluso anular la imagen del interlocutor para iniciar o replicar un enfrentamiento.
  3. **Silencio abrumador**. Silencio esgrimido deliberadamente por el hablante para defraudar sorpresivamente un asentimiento esperado por parte del oyente, aun cuando el contexto y el vínculo entre los interlocutores lo impulsarían al consentimiento.
  4. **Escatima deliberada de la cortesía esperada por el oyente**. Actos de omisión parcial de la cortesía debida por parte del hablante que transgreden un trato cortés como comportamiento social esperado y recomendable.
  5. **Actos formalmente corteses animados de propósito descortés**.
  6. **Autodescortesía**.

7. **Descortesía involuntaria.** Actos descorteses involuntarios por parte del hablante que no siempre tienen efecto negativo en el oyente. Ejemplo: metedura de pata (traspie verbal).
8. **Actos formalmente descorteses con propósito cortés.** Utilización de descortesía verbal por parte del hablante para acercarse e identificarse con un oyente o el resto de integrantes de un grupo. Ejemplo: empleo del léxico dominante en dicho grupo para crear un sentido de pertenencia (“boludo/a” para llamarse entre jóvenes en Argentina”

2- **Intensidad de la descortesía verbal (*impoliteness*).** Se evalúa qué cantidad de los indicadores presentados a continuación y qué variedad de éstos contiene cada mensaje analizado.

2.1. **Falacias.** Modos argumentativos indebidos que parecen demandar cierto grado de convicción al ser expresadas aunque, en realidad, no son válidas como argumentos (Nigro & Blaquier, 2014):

2.1.1. **Falacias de lenguaje** (ambigüedades, verbalismo, signos investidos de sentidos ajenos a la argumentación, estructuras sintácticas confusas).

0 = No

1 = Sí

2.1.2. **Falacias de pseudoargumentos:**

2.1.2.1. **Ad personam.** Se ataca a la persona del adversario en lugar de refutar lo afirmado.

0 = No

1 = Sí

2.1.2.2. **Ad hominem.** Busca descalificar una afirmación al hacer referencia a una circunstancia particular de la persona que la propone.

0 = No

1 = Sí

2.1.2.3. **Argumento por la ignorancia.** Fundamenta la verdad de una conclusión sobre la base de la carencia de pruebas que la refuten.

0 = No

1 = Sí

2.1.2.4 **Del hombre de paja.** Se crea una versión simplificada del argumento del adversario pero que se ajusta a las necesidades argumentativas propias.

0 = No

1 = Sí

2.1.2.5. **Apelación a la emoción.** Se apoya en la sensibilidad del alocutario. Busca modificar la conducta del otro apelando a circunstancias dolorosas.

0 = No

1 = Sí

2.1.2.6. **Apelación al pueblo (ad populum).** Apela a los valores y sentimientos gregarios de una comunidad para aceptar una conclusión que no da cuenta de evidencias válidas.

0 = No

1 = Sí

2.1.2.7. **Apelación a la fuerza (ad baculum).** Hace referencia a la amenaza física que se puede hacer sobre el adversario. También puede apelarse a la coacción o la amenaza psicológica para lograr la aprobación.

0 = No

1 = Sí

2.1.2.8. **Argumento terminante.** Apela a generalizaciones del tipo “todos dicen...”, “nadie duda...”, “la gente cree...”.

0 = No

1 = Sí

2.1.2.9. **De énfasis.** Se interpreta literalmente una afirmación extrayéndola de la situación de enunciación y se enfatiza de forma exagerada alguna expresión particular.

0 = No

1 = Sí

2.1.2.10. **Petición de principio (o de la asección repetida)**. Se toma como premisa válida la misma conclusión que se quiere demostrar. Es un razonamiento circular.

0 = No

1 = Sí

2.1.2.11. **Generalizaciones**. Se apela a evidencias poco representativas o simplificaciones. Ejemplos: expresiones como “todos”, “nadie”, “nunca”, “siempre”, “típico de...”.

0 = No

1 = Sí

2.1.2.12. **Del espantapájaros**. Táctica evasiva donde se refuta vehementemente un argumento menor del contrario (inclusión de un argumento distractor).

0 = No

1 = Sí

2.1.2.13. **Pseudopregunta**. Se emplea una pregunta retórica en lugar de un argumento.

0 = No

1 = Sí

2.1.2.14. **Falsa analogía**. Se apela a comparaciones que no sirven para ejemplificar ese argumento.

0 = No

1 = Sí

2.1.2.15. **Simplificación**. Se expone una sola causa como único causante de un efecto importante. No se considera la multicausalidad.

0 = No

1 = Sí

2.1.2.16. **De la única alternativa**. Se busca convencer de que hay solo dos opciones frente a un tema (Nosotros vs. Ellos).

0 = No

1 = Sí

2.1.2.17. **Del pensamiento abstracto.** Se apela a un pensamiento abstracto como si se hablara de una realidad (“la política dice...”, “la infectología sostiene...”).

0 = No

1 = Sí

2.1.2.18. **De escape.** Se ignora una cuestión y se desplaza la discusión a otro tema.

0 = No

1 = Sí

2.1.2.19. **Respuesta estructurada.** Se repite una frase, una pregunta o una serie de preguntas poco importantes y el adversario solo puede responderla de un modo predeterminado.

0 = No

1 = Sí

2.1.2.20. **Apelación a la ignorancia del auditorio o a la propia.** Se abruma al adversario con un conocimiento que no puede refutar porque no es de su incumbencia. Ejemplo: “falso erudito”.

0 = No

1 = Sí

2.2. **Insultos.** Actos de habla más o menos agresivos, en los que el emisor expresa explícita y directamente contenidos negativos orientados hacia el interlocutor para deteriorar y descalificar su imagen (Lisowska, 2010):

2.2.1. **Agresión directa.** Expresiones explícitas de contenidos negativos orientados hacia el destinatario de dos maneras:

2.2.1.1. **Insulto leve.** Ejemplos: “sin vergüenza”, “ignorante”. “incapaz”, “mentiroso/a”, entre otros.

0 = No

1 = Sí

2.2.1.1.1. **Uso de emojis insultantes leves.** Dibujos o signos que expresan una emoción o idea insultante leve. Ejemplos:

Emoji de Payaso = persona poco seria

Emoji de Mano cubriéndose el rostro = patético

Emoji de Nariz larga = mentiroso/a

0 = No

1 = Sí

2.2.1.1.2. **Uso de hashtags insultantes leves.** Expresiones con valor insultante leve antecedidas por un numeral (#). Ejemplos:

0 = No

1 = Sí

2.2.1.2. **Insulto grave.** Ejemplos: “pelotudo/a”, “hijo/a de puta”, “ladrón/a”, “genocida”, entre otros.

0 = No

1 = Sí

2.2.1.2.1. **Uso de hashtags insultantes graves.** Expresiones con valor insultante grave antecedidas por un numeral (#). Ejemplos: #corruptos, #ElPeorDeLaHistoria, #ladrones

0 = No

1 = Sí

2.2.1.2.2. **Uso de emojis insultantes graves.** Dibujo o signo que expresa una emoción o idea insultante grave. Ejemplos:

🍑 = “mierda” o “sorete” (argentinismos similares a “hijo de puta”)

Emoji de persona vomitando = repulsión/repugnancia hacia otra persona

Emoji de ataúd = deseo de muerte

0 = No

1 = Sí

2.3. **Ironía.** Puesta en escena enunciativa por la cual el locutor deja oír, a través de sus palabras, a un enunciador ridículo que diría seriamente algo desplazado, pero de quien se

distancia, desacredita o descalifica por diversos indicios en la misma escena enunciativa y tiene una lectura destructiva de su discurso (Maingeneau, 2007). Ejemplos:

0 = No

1 = Sí

2.4. **Sarcasmo**. Misma definición que la ironía pero a diferencia de ésta es más obvio, expresivo ya que la subjetividad del emisor está desbordada (Maingeneau, 2007). Ejemplos: “El estado para unos pocos!”

0 = No

1 = Sí

2.5. **Subversión discursiva**. Lectura destructiva e imitación (con algunos rasgos exacerbados como el tono, el léxico, las expresiones usadas, formas de enunciar, entre otros) del discurso ridiculizado (Maingeneau, 2007). Ejemplo: “Ni olvido ni perdón”

0 = No

1 = Sí

2.6. **Contenido visual agresivo**. Ejemplos: gifs, memes o imágenes.

0 = No

1 = Sí

2.6.1. ¿Cuál es el contenido de ese gif, meme o imagen?

1 = falacias

2 = ironía o sarcasmo

3 = subversión discursiva

4 = insultos leves

5 = insultos graves

6 = radicalización discursiva

**3- Escala de descortesía verbal (*impoliteness*)**. Se confecciona una escala creciente de grados de descortesía verbal en base al punto 2.

3.1. **Grado 0**: no contiene indicadores de descortesía

- 3.2. **Grado 1:** contiene falacias
- 3.3. **Grado 2:** contiene ironía y sarcasmo
- 3.4. **Grado 3:** contiene subversión discursiva
- 3.5. **Grado 4:** contiene agresiones directas leves
- 3.6. **Grado 5:** contiene agresiones directas graves
- 3.7. **Grado 6:** contiene radicalización discursiva

**4- Toxicidad de red.** Acciones o conductas por parte de usuarios de una plataforma social cuyo fin sea corromper activamente su entorno, generar un daño moral y/o fundar hostilidad entre otros participantes de la misma. Ejemplos: ataques a la figura del otro, intentos de descalificación, utilización de violencia verbal.

El tweet, ¿es tóxico?

0 = No

1 = Sí

**5- Cantidad de caracteres por tweet.** Se cuentan los caracteres de cada mensaje analizado para comprobar si existe correspondencia entre menor cantidad de caracteres y mayor intensidad de descortesía verbal.

## 9.2. Planilla de codificación

N.º codificación	Criterios de codificación
	<b>I. Datos de identificación básicos del tweet:</b> 1. N.º de unidad de análisis (tweet descortés o radicalizado)
	<b>II. Caracterización básica de la descortesía verbal y la radicalización discursiva:</b>
	1. Tipo de descortesía verbal
	2. Intensidad de la descortesía verbal
	2.1. Falacias

	2.1.1. Falacias de lenguaje
	2.1.2. Falacias de pseudoargumentos
	2.1.2.1. Ad personam
	2.1.2.2. Ad hominem
	2.1.2.3. Argumento por la ignorancia
	2.1.2.4. Del hombre de paja
	2.1.2.5. Apelación a la emoción
	2.1.2.6. Apelación al pueblo (Ad populum)
	2.1.2.7. Apelación a la fuerza (ad baculum)
	2.1.2.8. Argumento terminante
	2.1.2.9. De énfasis
	2.1.2.10. Petición de principio (o de la aserción repetida)
	2.1.2.11. Generalizaciones
	2.1.2.12. Del espantapájaros
	2.1.2.13. Pseudopregunta
	2.1.2.14. Falsa analogía
	2.1.2.15. Simplificación
	2.1.2.16. De la única alternativa
	2.1.2.17. Del pensamiento abstracto
	2.1.2.18. De escape
	2.1.2.19. Respuesta estructurada
	2.1.2.20. Apelación a la ignorancia del auditorio o a la propia
	2.2. Insultos
	2.2.1. Agresión directa
	2.2.1.1. Insulto leve
	2.2.1.1.1. Uso de <i>emojis</i> leves
	2.2.1.1.2. Uso de hashtags leves
	2.2.1.2. Insulto grave
	2.2.1.2.1. Uso de <i>emojis</i> graves
	2.2.1.2.2. Uso de hashtags graves
	2.3. Ironía
	2.4. Sarcasmo
	2.5. Subversión discursiva

	2.6. Contenido visual agresivo
	3. Escala de descortesía verbal
	4. Toxicidad de red
	5. Cantidad de caracteres por tweet

### 9.3. Corpus de Tweets

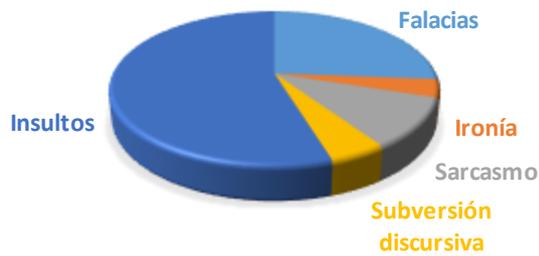
<https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1-FMQh1qxEVF3wMNaMME5OEF7N4CMidsn>

### 9.4. Resultados

Nº Total de Tweets analizados: 116



## INDICADORES DE DESCORTESÍA VERBAL



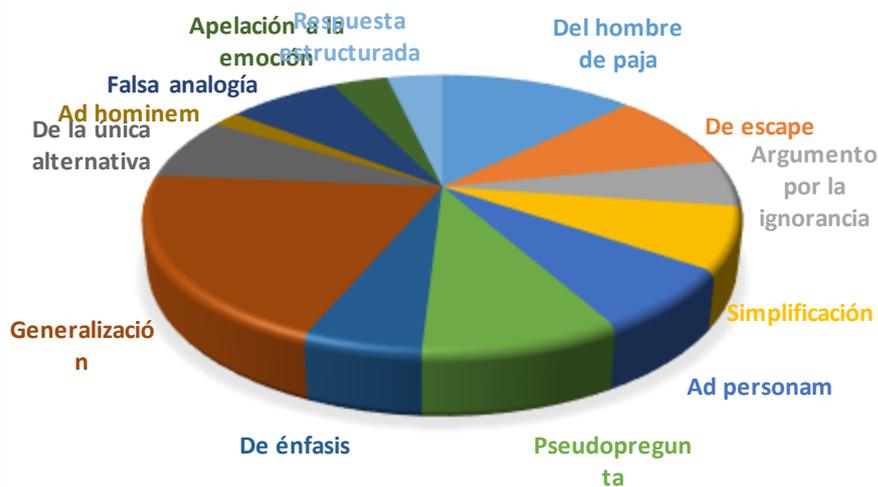
➤ N° total de insultos: 115

## INSULTOS



➤ N° total de falacias: 55

## FALACIAS



➤ N° total de sarcasmo: 22

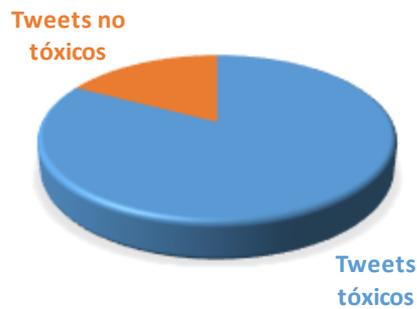
➤ N° total de ironía: 8

➤ N° total de subversión discursiva: 10

### Ironía, sarcasmo y subversión discursiva



### TOXICIDAD DE RED



### CANTIDAD DE CARACTERES POR TWEET

