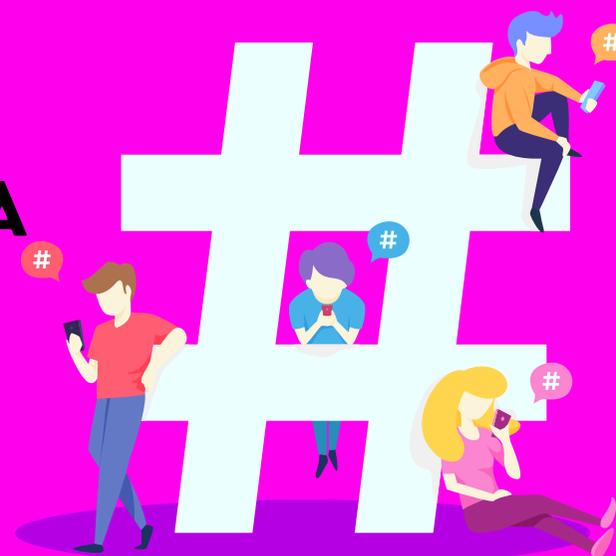


FORMACIÓN DE COMUNIDADES POLÍTICAS AFINES Y DISÍMILES EN TWITTER DURANTE LA CAMPAÑA ELECTORAL A LA ALCALDÍA DE MANIZALES EN 2015.

Luis Miguel López Londoño



DOI: doi.org/10.22395/angr.v17n34a6



INVESTIGACIÓN

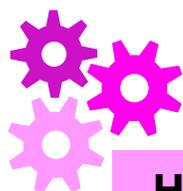
En el campo de la comunicación política, las redes sociales se han convertido en los últimos años en una herramienta indispensable durante las campañas electorales.



ABRIR DE COMUNICACIÓN Y DIÁLOGO

SURGIMIENTO DE COMUNIDADES EN LÍNEA

INTERCAMBIOS DE OPINIONES POLÍTICAS



HERRAMIENTAS

Esta investigación aplicó un análisis de contenido a los mensajes publicados durante los últimos veinticinco días de campaña en las cuentas oficiales de Twitter de los cuatro aspirantes



CUENTAS OFICIALES DE TWITTER

25 DÍAS

4 ASPIRANTES

Alcaldía de Manizales 2015

OBJETIVO



Determinar si los seguidores de estas cuentas confrontaron sus puntos de vista con perspectivas disímiles o si los expresaron únicamente frente a usuarios afines políticamente



RESULTADOS



Los resultados hablan de una diferencia central entre las dos cuentas con mayor participación de los ciudadanos en cuanto a la formación de comunidades políticas.

1

En solo una se propicia el encuentro entre voces políticamente opuestas, pero son voces que apelan al agravio, a la hostilidad y a la descalificación del otro como legítimo portador de una opinión.

