

ANÁLISIS COMPUTACIONAL DE LAS CARACTERÍSTICAS ORTOTIPOGRÁFICAS Y PARALINGÜÍSTICAS DE LOS TWEETS PERIODÍSTICOS

Computational analysis of the orthotypographic and paralinguistic characteristics of journalistic tweets

Esteban Vázquez-Cano, Javier Fombona y César Bernal



Esteban Vázquez-Cano es profesor del *Departamento de Didáctica, Organización Escolar y Didácticas Especiales* de la *UNED*. Doctor en ciencias de la educación con premio extraordinario. Ha publicado más de un centenar de trabajos científicos en las áreas del aprendizaje ubicuo y en el uso del lenguaje digital. Sus publicaciones más recientes abordan el tema del lenguaje digital en *Whatsapp* con el artículo: "Análisis lexicométrico de la especificidad de la escritura digital del adolescente en *Whatsapp*" y el libro *Dispositivos digitales móviles en educación. El aprendizaje ubicuo*, publicado en *Narcea* y considerado uno de los mejores libros en educación.
<http://orcid.org/0000-0002-6694-7948>

Universidad Nacional de Educación a Distancia, Facultad de Educación
Juan del Rosal, 14. 28040 Madrid, España
evazquez@edu.uned.es



Javier Fombona es profesor titular en la *Universidad de Oviedo*. Licenciado y doctor en ciencias de la información, y licenciado en filosofía y ciencias de la educación, sus trabajos abordan la incorporación de las nuevas tecnologías audiovisuales aplicadas a la educación. Ex-realizador de TV y profesor de didáctica y comunicación desde 1986 en varios niveles educativos, ha impartido múltiples comunicaciones, conferencias y publicaciones sobre estos temas. Investiga la narrativa en los nuevos soportes tecnológicos y coordina varios proyectos de investigación sobre dispositivos móviles avanzados.

<https://orcid.org/0000-0001-5625-5588>

Universidad de Oviedo, Facultad de Formación del Profesorado y Educación
Aniceto Sela, s/n. 33005 Oviedo, España
fombona@uniovi.es



César Bernal es profesor de la *Universidad de Almería*, y colabora con la *UNED* en masters de competencia audiovisual y digital. Participa en varios proyectos de investigación, tales como "La competencia audiovisual de la ciudadanía andaluza. Estrategias de alfabetización mediática en la sociedad del ocio digital (*Alfa@Med*)". Ha publicado numerosos artículos y capítulos de libro sobre jóvenes y redes sociales, impacto social de las TIC, escenarios socio-educativos y de ocio de la sociedad de la información, tecnología educativa, integración curricular de los medios digitales en la formación docente, etc. Es evaluador en varias revistas.

<https://orcid.org/0000-0002-2802-1618>

Universidad de Almería
Facultad de Educación, Departamento de Educación
Ctra. Sacramento, s/n. 04120 La Cañada de San Urbano (Almería), España
cbernal@ual.es

Resumen

Se presenta un análisis las principales características ortotipográficas y paralingüísticas del tweet periodístico en una muestra de diez de los periodistas españoles más mediáticos y con mayor actividad en la red de microblogging *Twitter*. A través de una metodología de investigación que se enmarca dentro del análisis del discurso mediado por ordenador, se procesan 178 tweets periodísticos mediante técnicas de lingüística computacional (tokenización y lematización) y tratamiento estadístico del mensaje digital (estadística inferencial). Los resultados muestran que los elementos ortotipográficos con mayor representación son las comillas y puntos suspensivos en tweets de extensión media que no suelen sobrepasar los 100 caracteres. Asimismo, los elementos paralingüísticos más significativos son los *hashtags*, arrobas e imágenes en tweets con una densidad baja de palabras (9,07%).

Artículo recibido el 25-12-2015
Aceptación definitiva: 29-03-2016

Palabras clave

Periodismo digital; Tweets; *Twitter*; Ortotipografía; Paralingüística; Lingüística computacional; Comunicación audiovisual; Lenguaje digital.

Abstract

The main orthotypographic and paralinguistic characteristics of journalistic tweets using a sample of ten of the most media active Spanish journalists in the network of microblogging *Twitter* are analyzed. Through a research methodology based on the computer-mediated discourse of computational linguistics and statistical processing of digital messages, 178 journalistic tweets are analyzed using computational linguistics techniques (tokenization and lemmatization) and statistical processing of digital messages (inferential statistics). The results show that the orthotypographic elements with greater representation are the quotes and suspension points in tweets of average length not exceeding 100 characters. Also, the most significant paralinguistic elements are the hashtags, ats, and images in tweets with a low density of words (9.07%).

Keywords

Digital journalism; *Twitter*; Orthotypography; Paralinguistics; Computational linguistics; Audiovisual communication; Digital language.

Vázquez-Cano, Esteban; Fombona, Javier; Bernal, César (2016). "Análisis computacional de las características ortotipográficas y paralingüísticas de los tweets periodísticos". *El profesional de la información*, v. 25, n. 4, pp. 588-598.

<http://dx.doi.org/10.3145/epi.2016.jul.08>

1. Introducción

El uso incesante de redes sociales y de aplicaciones de mensajería instantánea y microblogging está generando una nueva forma de escritura digital en todos los ámbitos de la vida: personal, social, académico y profesional. La red de microblogging *Twitter* ha irrumpido con fuerza entre el público en general y en el mundo periodístico en especial (**Ahmad**, 2010; **Lasorsa**; **Lewis**; **Holton**, 2012; **Broersma**; **Graham**, 2013). El flujo bidireccional de la información que se establece y la reacción que su contenido tiene en las redes sociales fomentan una interacción constante y una escritura digital que tiene que adaptarse a los nuevos escenarios audiovisuales y digitales y a la condensación formal de los 140 caracteres en redes como *Twitter* (**Honeycutt**; **Herring**, 2009; **Hong**; **Convertino**; **Chi**, 2011; **Pano-Alamán**; **Mancera-Rueda**, 2014). Estos flujos se complican al irrumpir en ellos la narrativa audiovisual, aplicando potentes estrategias comunicacionales extraídas de los medios de comunicación y de las redes sociales (**Fombona**; **Agudo**; **Fernández**, 2013).

El lenguaje periodístico, por lo tanto, se ve afectado por esta actividad en red que genera una nueva forma de construir el mensaje periodístico a través de un nuevo discurso digital que altera significativamente la construcción sintáctica, la selección léxica, la ortotipografía y se produce una nueva incorporación de elementos paralingüísticos (icónico-visuales) que enriquecen y modalizan la opinión, la noticia y la argumentación periodística (**Anderson**, 2012; **Androutopoulos**, 2014; **Domingo**; **Le-Cam**, 2014).

No se han realizado hasta la fecha estudios sobre la construcción de los tweets periodísticos desde el análisis de sus elementos ortotipográficos y paralingüísticos. En este estudio se presenta un análisis de la escritura digital periodística en la red *Twitter* en una muestra limitada a periodistas con alto impacto en *Twitter* (determinado por el número de seguidores y tweets retuiteados, entre otras variables) a tra-

vés de una metodología basada en la minería de textos y el análisis computacional y estadístico conforme a parámetros de tokenización, lematización y significatividad de variables formales y su incidencia en la construcción formal de los tweets periodísticos.

Twitter-lenguaje y Twitter-periodismo

Desde su creación en 2006 por Jack Dorsey, *Twitter* se convirtió en un referente importante para el mundo. Sus usuarios podían comunicarse en tiempo real y seguir a personas, conociendo lo que les sucedía e interactuando con ellas con mensajes cortos de no más de 140 caracteres (**Java et al.**, 2007). *Twitter* como fenómeno social y tecnológico se encuentra a medio camino entre una red social al uso y un chat de actualidad mundial, lo que ha generado un código comunicativo y unas pautas de interacción específicas (**Mancera-Rueda**; **Pano-Alamán**, 2013). La encuesta *Join the conversation: How Spanish journalists are using Twitter* (**Carrera-Álvarez et al.**, 2012) realizada por un grupo de estudiantes de la *Universidad Carlos III de Madrid* concluye que *Twitter* es una de las redes sociales mejor vistas por los periodistas.

Hoy en día el concepto de escritura digital es poliédrico con multitud de situaciones y dispositivos en los que materializarla y en múltiples contextos digitales de carácter personal, académico y profesional en los que el ciudadano debe desenvolverse. La interacción tecnológica ha generado una escritura de la ubicuidad (**Vázquez-Cano**, 2012; **Vázquez-Cano**; **Mengual-Andrés**; **Roig-Vila**, 2015) y en el periodismo una especie de red de alerta temprana con un renacimiento de los antiguos flashes periodísticos (**De-Ramón-Carrión**, 2013). Este nuevo contexto ha fomentado que los profesionales del periodismo tengan que adaptar su estilo y sus técnicas de redacción a los requerimientos de estos nuevos canales y en el que los elementos ortotipográficos y paralingüísticos adquieren una nueva dimensión y función informativa (**Knaš**, 2009; **Thurlow**; **Poff**, 2011).

Elementos internos del tweet como la etiqueta (*hashtag*) y los enlaces a otras noticias en la Red posibilitan que el relato se enriquezca y adopte nuevas formas interpretativas. El empleo de alteraciones ortotipográficas, emoticonos o la inserción de elementos audiovisuales (fotos, fragmentos de audio, imágenes, ilustraciones, montajes, memes, etc.) puede ayudar a transmitir la intención comunicativa del periodista desde parámetros diferentes a los medios periodísticos más tradicionales.

El empleo de alteraciones ortotipográficas, emoticonos o la inserción de elementos audiovisuales puede ayudar a transmitir la intención comunicativa del periodista desde parámetros diferentes a los medios periodísticos tradicionales

En *Twitter* predomina la inmediatez comunicativa y se entrelaza la comunicación privada con la pública. Las implicaciones lingüísticas afectan a diferentes planos de la lengua: ortotipográfico, morfológico, sintáctico, semántico y pragmático. En el intercambio digital, síncrono y ubicuo no se controla la narración sino la interacción, favoreciendo una “ecología conversacional” (Boyd; Golder; Lotan, 2010; Markman, 2013). La autoría es compartida, pues las sucesivas intervenciones de los interlocutores son las que construyen la continuidad del relato, que acostumbra a ser improvisado, poco sopesado, con una sintaxis no muy elaborada y relajamiento ortográfico en el contexto informal (Gómez-Camacho, 2014). La investigación del uso del lenguaje en *Twitter* y, por extensión, en los subgéneros como el *Twitter*-periodismo es más factible que en otras redes sociales porque en ésta los mensajes presentan formas y contenidos más estables respecto a otros canales (Lomborg, 2011; Cortés-Rodríguez, 2012).

2. Elementos ortotipográficos y paralingüísticos en la escritura digital

A partir de una revisión de las principales investigaciones llevadas a cabo para el análisis del discurso mediado por ordenador, Androutsopoulos (2011) afirma que el aspecto que ha recibido mayor atención por parte de los investigadores es el carácter oral u oralizado de la lengua escrita en prácticamente todos los géneros electrónicos. Así, en el ámbito de la lengua española, Yus (2001) analiza el “texto escrito oralizado” y Sanmartín-Sáez (2007), la “conversación escrita”. A pesar de que el lenguaje oralizado es uno de los aspectos más significativos de los mensajes digitales que se intercambian en la Red, hay que analizar este tipo de mensajes y la presencia paralingüística en cada uno de los géneros y medios de comunicación conforme a la finalidad comunicativa de los hablantes, su situación y dispositivo desde el que se realiza el intercambio comunicativo (Almela, 2003; Vázquez-Cano; Mengual-Andrés; Roig-Vila, 2015).

Los signos paralingüísticos y ortotipográficos son un conjunto de signos no verbales que acompañan la comunicación lingüística y que complementan la comunicación, especial-

mente la interpersonal, a través de signos de puntuación y de expresión (: , ; ... ¿?), y en la comunicación digital se incrementan con el empleo de emoticonos y complementos audiovisuales (Vázquez-Cano; Mengual-Andrés; Roig-Vila, 2015). El propósito fundamental del empleo de los elementos paralingüísticos en la escritura consiste en restituir el elemento prosódico y socioemocional del discurso oral (Thurlow; Poff, 2011, p. 11).

En el discurso digital escrito la riqueza en símbolos, iconos, emoticonos y material audiovisual enriquece los recursos paralingüísticos de la escritura tradicional. Así podemos encontrar variaciones ortotipográficas y paralingüísticas con base en la alteración, ausencia y/o presencia de: letras, puntuación, acentuación, comillas, paréntesis, signos interrogación y exclamación, etiquetas temáticas (*hashtags*), arroba —que favorece el enlace al discurso escrito de otro interlocutor—, inclusión de imágenes, enlaces a la Red, acortamientos, símbolos y emoticonos, entre otros. A este tipo de alteraciones se les ha dado en otras lenguas como el inglés la denominación de *phoneticons* (Knaś, 2009, p. 2). La inclusión de este tipo de elementos paralingüísticos es bastante común en los tweets periodísticos, aunque no hay un acuerdo unánime entre los investigadores sobre el uso e importancia de cada uno de estos elementos en el discurso digital. Por ejemplo, para algunos autores el uso de las mayúsculas es poco relevante (Randall, 2002, p. 12), aunque otros consideran que su uso es significativo cuando el emisor quiere dejar constancia de su sorpresa o mostrar algún elemento afectivo (Thurlow; Mroczek, 2011). Otro elemento como es el uso de la puntuación adquiere diferentes interpretaciones que ayudan a modalizar el texto, principalmente desde el uso no canónico de signos de interrogación y exclamación, los puntos suspensivos y su combinación con los emoticonos (Huffaker; Calvert, 2005; Dresner; Herring, 2010; Menna, 2012).

Por lo tanto, la construcción del tweet que por su limitación de caracteres tiene si cabe una mayor dificultad de condensación del mensaje, requiere de elementos ortotipográficos y paralingüísticos que contextualicen el mensaje, que orienten su interpretación y que ayuden a mostrar en un número tan reducido de caracteres cuáles son las intenciones comunicativas de sus emisores.

3. Método

El objetivo de este artículo es establecer las características ortotipográficas y paralingüísticas que caracterizan la construcción lingüística de los tweets periodísticos y así poder determinar cuáles son los patrones de uso de la lengua en *Twitter* por parte de una muestra de periodistas españoles conforme a parámetros de tokenización y lematización y su tratamiento computacional y estadístico. Para ello se ha empleado una metodología de investigación que se enmarca dentro del análisis del discurso mediado por ordenador mediante técnicas de lingüística computacional para el análisis textual (Fletcher, 2004; Parodi, 2010; Vázquez-Cano; Mengual-Andrés; Roig-Vila, 2015) y procesamiento estadístico inferencial en aplicación al análisis de la construcción lingüística del mensaje digital. El análisis lingüístico realizado en este estudio ha constado de cuatro fases:

- I) extracción de tweets y métricas de los periodistas en *Twitter*;
- II) detección de parámetros de tokenización y lematización;
- III) análisis estadístico descriptivo e inferencial del empleo de elementos ortotipográficos y paralingüísticos en los tweets periodísticos;
- IV) determinación de la influencia del género en la muestra.

Fase I): se ha empleado la herramienta *TweetChup*, que permite analizar métricas de perfiles en *Twitter* en un período de tiempo limitado.
<http://tweetchup.com>

Posteriormente, hemos exportado los tweets al programa *Excel* para generar un archivo con extensión .xls que pueda ser sometido al análisis mediante técnicas de minería textual y estadística inferencial en la segunda fase del procedimiento metodológico.

Fase II): se ha empleado la API para minería de texto *Lemmatization, PoS and Parsing of Meaning Cloud*.
<https://www.meaningcloud.com/developer/lemmatization-pos-parsing>

Se han aplicado algoritmos automatizados para la tokenización (segmentación del tweet), y lematización (desambiguación de semas) para identificar los elementos paralingüísticos y ortotipográficos relevantes. El procedimiento para la obtención del texto tokenizado responde a una estructura matemática como la siguiente:

$$t_i = ("w_{1\oplus\boxtimes} w_{2\oplus\boxtimes} \dots \oplus w_{m\oplus\boxtimes} ")$$

donde t_i es una cadena "ith tweet" con un número 'm' de palabras determinado, el operador " \oplus " marca las palabras separadas por espacios y el operador "x" marca el elemento paralingüístico separado por pausas.

Fase III): los resultados obtenidos se sometieron a análisis estadístico con el programa *SPSS 19*. Se analizó la "asimetría" y la "curtosis" y la posible significatividad de la ausencia y/o presencia de: letras, puntuación, acentuación, comillas, paréntesis, signos de interrogación y exclamación, *hashtags*, arrobas, inclusión de

Tabla 1. Periodistas y actividad en *Twitter*

Periodistas	Nº de seguidores	Tweets en 14 días	Promedio de tweets por día	Veces que los tweets fueron retuiteados
Pedro J. Ramírez	342.465	464	33,1	8.451
Juan Ramón Lucas	215.958	107	7,6	2.488
Ignacio Escolar	500.134	297	21,2	51.810
Jesús Maraña	138.059	191	13,6	12.376
Melchor Miralles	103.578	135	9,6	371
Pepa Bueno	140.195	268	19,1	24.301
Ana Pastor	1.334.927	1.068	76,3	104.015
Susana Griso	403.669	147	10,5	6.200
Esther Palomera	57.120	116	8,3	3.350
Julia Otero	529.178	108	7,7	8.227
Media	37.652,83	290,1	20,7	22.158,9
Total	3.765.283	2.901	207	221.589

imágenes, enlaces a la Red, acortamientos, símbolos y emoticonos; mediante múltiples pruebas de regresión lineal.

Fase IV): se analizó si existían diferencias significativas atendiendo a la variable género.

4. Muestra y selección

El criterio de selección de los 10 periodistas se basó en los siguientes criterios:

- número de seguidores;
- promedio de tweets por día;
- número de veces que los tweets fueron retuiteados.

Se eligieron 5 periodistas varones y 5 periodistas mujeres:

- Pedro J. Ramírez
- Juan Ramón Lucas
- Ignacio Escolar
- Jesús Maraña

Pedro J. Ramírez	22:48 - 27 de may./22:52 - 28 de may./14:04 - 7 de jun. de 2015/22:36 - 10 de jun./13:05 - 29 de may./22:38 - 1 de jun./11:26 - 1 de jun./22:40 - 2 de jun./22:47 - 9 de jun./0:06 - 2 de jun./22:52 - 3 de jun./22:48 - 4 de jun. /0:21 - 7 de jun./6:25 - 6 de jun./13:47 - 29 de may./1:52 - 29 de may./1:01 - 31 de may./13:06 - 28 de may./23:01 - 28 de may.
Juan R. Lucas	3:12 - 30 de may./10:43 - 30 de may./14:24 - 6 de jun./9:24 - 30 de may./22:11 - 9 de jun./14:16 - 6 de jun./0:09 - 4 de jun./4:16 - 31 de may./3:46 - 6 de jun./0:38 - 31 de may./10:27 - 29 de may./2:04 - 7 de jun./7:35 - 7 de jun./10:19 - 30 de may./22:29 - 1 de jun.
Ignacio Escolar	9:49 - 28 de may./4:12 - 29 de may./8:36 - 5 de jun./8:25 - 28 de may./9:57 - 30 de may./4:26 - 28 de may./4:52 - 9 de jun./2:57 - 2 de jun./0:48 - 6 de jun./13:52 - 9 de jun./0:02 - 9 de jun./2:49 - 29 de may./2:23 - 28 de may./3:25 - 29 de may./3:50 - 3 de jun./11:52 - 1 de jun./10:02 - 30 de may./5:57 - 5 de jun.
Jesús Maraña	14:15 - 6 de jun./7:58 - 11 de jun./6:27 - 29 de may./10:56 - 2 de jun./2:56 - 1 de jun./14:54 - 5 de jun./1:13 - 3 de jun./9:20 - 8 de jun./15:03 - 3 de jun./1:52 - 4 de jun./2:51 - 2 de jun./1:19 - 3 de jun./1:38 - 2 de jun./14:27 - 1 de jun.
Melchor Miralles	15:28 - 3 de jun./3:48 - 28 de may./23:34 - 7 de jun./9:41 - 31 de may./6:13 - 9 de jun./14:42 - 30 de may./2:09 - 31 de may./15:49 - 28 de may./18:35 - 4 de jun./13:17 - 29 de may./2:08 - 31 de may./23:31 - 8 de jun./9:14 - 4 de jun./12:14 - 7 de jun./15:27 - 3 de jun./16:38 - 9 de jun.
Pepa Bueno	14:21 - 7 de jun./13:48 - 31 de may./14:04 - 31 de may./13:46 - 31 de may./14:08 - 31 de may./12:42 - 31 de may./14:33 - 7 de jun./13:29 - 31 de may./13:12 - 31 de may./13:28 - 7 de jun./11:30 - 7 de jun./13:01 - 31 de may./13:38 - 31 de may./13:33 - 30 de may./14:16 - 7 de jun./13:01 - 7 de jun./14:03 - 31 de may./14:33 - 7 de jun./13:36 - 31 de may.
Ana Pastor	5:01 - 30 de may./6:53 - 1 de jun./11:41 - 3 de jun./13:13 - 9 de jun./7:42 - 2 de jun./12:29 - 9 de jun./3:32 - 9 de jun./6:24 - 29 de may./13:37 - 1 de jun./13:32 - 7 de jun./13:29 - 8 de jun./0:48 - 10 de jun./4:15 - 4 de jun. 0:57 - 9 de jun./4:19 - 1 de jun./1:56 - 28 de may.
Susana Griso	5:11 - 9 de jun./4:20 - 4 de jun./5:28 - 29 de may./3:53 - 29 de may./5:04 - 9 de jun./4:47 - 11 de jun./1:48 - 4 de jun./1:51 - 11 de jun./1:56 - 4 de jun./1:41 - 29 de may./3:47 - 9 de jun./3:32 - 4 de jun./1:47 - 8 de jun./3:15 - 4 de jun./3:47 - 9 de jun./1:43 - 10 de jun./4:26 - 1 de jun.
Esther Palomera	6:07 - 11 de jun./23:38 - 1 de jun./22:13 - 7 de jun./13:29 - 9 de jun./22:23 - 2 de jun./8:28 - 9 de jun./3:45 - 2 de jun./2:07 - 30 de may./7:22 - 3 de jun./2:09 - 30 de may./0:10 - 31 de may./12:38 - 28 de may./22:48 - 7 de jun./23:44 - 3 de jun./22:34 - 31 de may./1:12 - 29 de may./11:16 - 2 de jun.
Julia Otero	15:50 - 8 de jun./12:41 - 7 de jun./15:55 - 8 de jun./12:37 - 7 de jun./5:16 - 5 de jun./16:00 - 8 de jun./3:16 - 3 de jun./14:24 - 7 de jun./14:40 - 31 de may./0:02 - 9 de jun./11:33 - 7 de jun./14:09 - 28 de may./14:06 - 31 de may./11:29 - 7 de jun./14:16 - 7 de jun./5:09 - 5 de jun./13:12 - 7 de jun.
Total	10 periodistas / 178 tweets

Figura 1. Periodistas y tweets analizados

- Melchor Miralles
- Pepa Bueno
- Ana Pastor
- Susana Griso
- Esther Palomera
- Julia Otero.

La tabla 1 muestra los datos de la actividad y repercusión de los tweets de cada periodista en un período aleatorio de 14 días entre el 28 de mayo y el 11 de junio de 2015.

Los tweets que han sido analizados en este estudio se presentan en la figura 1 con indicación del periodista que lo emite y la fecha y hora en la que lo hace durante el año 2015.

Tabla 2. Caracterización formal y lingüística de la muestra

Periodistas	Total de palabras	Total de caracteres	Palabras diferentes	Promedio de palabras en oración prototípica	Oraciones empleadas
Pedro J. Ramírez	419	2.018	238	11,82	40
Juan R. Lucas	181	790	120	7,60	30
Ignacio Escolar	291	1.874	190	10,13	33
Jesús Maraña	252	1.284	126	10,26	21
Melchor Miralles	180	825	105	8,87	8
Pepa Bueno	280	1.337	180	8,36	18
Ana Pastor	265	1.272	159	7,66	38
Susana Griso	210	1.045	137	7,83	30
Esther Palomera	192	993	131	10,14	21
Julia Otero	253	1.272	156	7,89	35
Media	252,3	1.271	154,2	8,042	27,4
Total	2.523	12.710	1.542	80,42	274

5. Resultados y discusión

En primer lugar, se muestran los datos descriptivos y formales de los tweets emitidos por los 10 periodistas analizados. Para ello se procedió mediante tokenización y lematización a establecer una caracterización formal lingüística de todos los tweets (tabla 2).

Como podemos comprobar en la tabla 2, los periodistas varones y mujeres emplean un número total de palabras muy parecido (varones: 1.323) y (mujeres: 1.200). Asimismo, el número de oraciones empleadas en el conjunto de tweets es muy similar (varones: 132) y (mujeres: 142); así como el empleo de palabras diferentes (varones: 779) y (mujeres: 763). Esto muestra que la diferencia entre sexos en el empleo formal del tweet en las categorías analizadas es muy similar y no se producen diferencias significativas. Por el contrario, sí es significativa la diferencia entre periodistas de forma individual. El periodista con un empleo más acusado de palabras y oraciones es Pedro J. Ramírez (419 palabras en 40 oraciones con una densidad media de palabras por oración de 11,82). Los dos periodistas con un menor empleo de palabras y oraciones son respectivamente:

- Melchor Miralles (180 palabras en 8 oraciones con una densidad media de palabras por oración del 8,87);

- Juan Ramón Lucas (181 palabras en 30 oraciones con una densidad media de palabras por oración del 7,6).

En primer lugar, el proceso de tokenización permite suprimir las palabras bien escritas o que no presentan ninguna alteración, eliminando los espacios para obtener la cadena de elementos ortotipográficos y paralingüísticos constituyente de cada tweet conforme a la fórmula (tabla 3):

$$t_i = ("w_{1\oplus\boxtimes} w_{2\oplus\boxtimes} \dots \oplus w_{m+\boxtimes} ")$$

Estos resultados se sometieron a análisis estadístico para determinar si el empleo y/o alteración de estos elementos en los tweets comportaba significación estadística con respecto al número total de caracteres posibles en su construcción. Para ello, presentamos los estadísticos descriptivos de la muestra tomando en consideración si la asimetría y curtosis son significativas (tabla 4).

El análisis de la asimetría y curtosis de una muestra lingüística nos permite identificar si los datos se distribuyen de forma uniforme alrededor de la media. En la muestra analizada, los resultados muestran que la media es mayor que la mediana y esto genera una asimetría y curtosis po-

Tabla 3. Resultados del proceso de tokenización de elementos ortotipográficos

Periodistas	Letra	Puntuación	Acentuación	Puntos suspensivos	Comillas	Paréntesis	Acortamiento	Signo de exclamación
Pedro J. Ramírez	0	2	0	1	2	2	1	8
Juan R. Lucas	0	4	0	1	2	0	0	1
Ignacio Escolar	0	6	0	0	2	1	0	0
Jesús Maraña	0	0	0	0	2	1	0	0
Melchor Miralles	2	10	0	0	6	0	0	0
Pepa Bueno	0	0	0	2	14	0	1	0
Ana Pastor	0	0	0	6	3	0	0	4
Susana Griso	0	0	0	11	4	1	0	0
Esther Palomera	1	1	1	0	2	1	0	5
Julia Otero	1	2	0	0	2	0	1	0

Tabla 4. Estadísticos descriptivos de la densidad de los elementos ortotipográficos

		Letra	Puntuación	Acentuación	Puntos suspensivos	Comillas	Paréntesis	Acortamiento	Signo de exclamación
Nº	Válidos	10	10	10	10	10	10	10	10
	Perdidos	0	0	0	0	0	0	0	0
Media		1,0000	1,9000	0,1000	2,1000	3,8000	0,7000	1,8000	0,3000
Mediana		0,0000	0,5000	0,0000	0,5000	2,0000	0,5000	0,0000	0,0000
Desviación típica.		1,88562	3,14289	0,31623	3,63471	3,85285	0,82327	2,85968	0,48305
Varianza		3,556	9,878	0,100	13,211	14,844	0,678	8,178	0,233
Asimetría		2,486	2,262	3,162	2,069	2,478	0,687	1,462	1,035
Curtosis		6,572	5,480	10,000	3,921	6,518	-1,043	1,109	-1,224
Mínimo		0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00
Máximo		6,00	10,00	1,00	11,00	14,00	2,00	8,00	1,00
Suma		10,00	19,00	1,00	21,00	38,00	7,00	18,00	3,00

sitiva (leptocúrtica) en las categorías: “letra”, “puntuación”, “acentuación”, “puntos suspensivos”, “comillas” y “acortamientos”; y, por lo tanto, presenta un elevado grado de concentración alrededor de los valores centrales de la variable, por lo que estos elementos ortotipográficos se distribuyen de forma más homogénea entre los diferentes tweets analizados y podemos considerarlos de distribución y empleo más general entre los periodistas. Por el contrario, la curtosis es negativa en las categorías: “paréntesis” y “signos de exclamación”; lo que genera una distribución platicúrtica, es decir, con una reducida concentración alrededor de los valores centrales de la distribución. Esto nos indica que los “paréntesis” y los “signos de exclamación” se emplean de forma más reducida en los tweets periodísticos.

Posteriormente, analizamos mediante sucesivas pruebas de regresión lineal simple la significatividad de cada uno de los elementos ortotipográficos conforme al número total de caracteres por tweet. De esta manera, podemos delimitar la significatividad o no de la presencia o alteración de elementos ortotipográficos con respecto a la estructura formal del tweet (tabla 5).

Los resultados de las múltiples regresiones lineales muestran que ninguna de las categorías ortotipográficas anali-

zadas es altamente significativa en la construcción de los tweets periodísticos. Entendiendo esta significatividad por su presencia es necesaria u obligatoria para su construcción. Esto muestra que son elementos modalizadores del discurso pero no esenciales para su construcción. El empleo más generalizado entre los periodistas es el de “comillas” y “puntos suspensivos” (figura 2). Estos signos aparecen con mayor frecuencia en tweets de extensión media que no suelen sobrepasar los 100 caracteres.

Las “comillas” se suelen emplear con su uso canónico para indicar citas en estilo directo, títulos de artículos, etc. y los “puntos suspensivos” para aspectos de suspensión del discurso con diversa interpretación pragmática. La figura 3 muestra algunos ejemplos de tweets que emplean comillas y puntos suspensivos en su construcción.

El tweet remitido por periodistas tiene un índice bajo de error en la ortografía de la letra y en la acentuación ($n = 10 / n = 1$). Tienen una incidencia ligeramente más acusada las alteraciones o ausencias en los signos de puntuación ($n = 19$), principalmente en la ausencia del punto al final del tweet o en la ausencia del punto en los acortamientos. Estos resultados coinciden con otros estudios realizados en español como los de **De-Ramón-Carrión** (2013). Las alteraciones

de la ortografía se pueden considerar heterografías (**Martínez-de-Sousa**, 2004) y constituyen lo que podríamos llamar desviaciones intencionadas. Asimismo, el uso de acortamientos no es muy acusado ($n = 18$) en comparación con otros estudios de escritura digital (**Vázquez-Cano**;

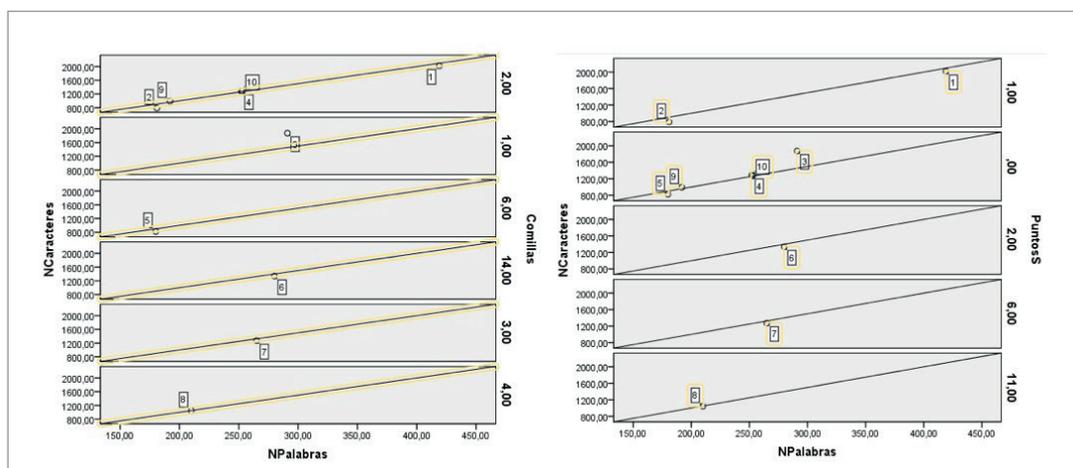


Figura 2. Densidad de comillas y puntos suspensivos en los tweets periodísticos

Tabla 5. Regresión lineal de los elementos ortotipográficos de los tweets periodísticos

Ortotipo-grafía	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típico de la estimación	Estadísticos de cambio					Durbin-Watson
					Cambio en R cuadrado	Cambio en F	gl1	gl2	Significatividad cambio en F	
Letra	0,355 ^a	0,126	0,017	402,70289	0,126	1,156	1	8	0,314	2,222
Punt.	0,450 ^a	0,202	0,102	384,80263	0,202	2,027	1	8	0,192	2,109
Acentuación	0,240 ^a	0,058	-0,060	418,16726	0,058	0,491	1	8	0,503	2,592
Puntos suspensivos	0,157 ^a	0,025	-0,097	425,48871	0,025	0,201	1	8	0,666	2,527
Comillas	0,145 ^a	0,021	-0,101	426,24066	0,021	0,172	1	8	0,689	2,563
Paréntesis	0,734 ^a	0,539	0,481	292,58210	0,539	9,345	1	8	0,016	2,149
Signo exclamación	0,461 ^a	0,213	0,114	382,30552	0,213	2,159	1	8	0,180	2,246
Acortamiento	0,393 ^a	0,155	0,049	396,13467	0,155	1,462	1	8	0,261	2,649

Mengual-Andrés; Roig-Vila, 2015). Los paréntesis y signos de exclamación son utilizados en su forma canónica y su uso es relativamente bajo (paréntesis n = 7 / signos de exclamación n = 3).

Los *hashtags*, arrobas e imágenes son los elementos que más contribuyen a otorgar información adicional y complementaria al tweet periodístico

Otro aspecto importante en la construcción del tweet es delimitar la presencia y significatividad de los elementos paralingüísticos característicos de la escritura digital (iconos, emoticonos, imágenes, enlaces) y aquellos elementos más significativos del tweet como son la arroba y el *hashtag* (etiqueta). El proceso de tokenización nos ha permitido exportar al programa *Excel* los elementos paralingüísticos por periodista que se muestran en la tabla 6.

Estos resultados, al igual que los elementos ortotipográficos, se sometieron a análisis estadístico para determinar si su empleo en los tweets comportaba significación estadística con respecto al número total de caracteres posibles en su construcción. Para ello, se presentan en la tabla 7 los

Tabla 6. Resultados del proceso de tokenización de elementos paralingüísticos

Periodistas	Hashtag y @	Imagen	Enlace	Emoticonos
Pedro J. Ramírez	7	0	3	0
Juan R. Lucas	16	7	4	3
Ignacio Escolar	0	0	14	0
Jesús Maraña	23	5	2	0
Melchor Miralles	19	0	2	0
Pepa Bueno	30	0	0	0
Ana Pastor	24	5	6	4
Susana Griso	7	18	0	0
Esther Palomera	21	11	4	0
Julia Otero	16	9	2	1

estadísticos descriptivos de la muestra tomando en consideración si la asimetría y curtosis son significativas.

Los resultados muestran que la media es mayor que la mediana y esto genera una asimetría y curtosis positiva (leptocúrtica) en las categorías: "imagen", "enlace" y "emoticonos"; y por lo tanto, estos elementos paralingüísticos se distribuyen de forma más homogénea y general entre los diferentes

tweets analizados. El uso del *hashtag* y la arroba obtiene una curtosis negativa pero es la categoría más recurrente en el recuento (n = 163) y sigue una distribución normal (figura 4). Esto indica que son los elementos paralingüísticos con mayor representatividad en los tweets periodísticos.

Posteriormente, se analizó mediante sucesivas pruebas de regresión lineal simple la significatividad de cada uno de los ele-

Periodistas	Tuits	Ncar.	C/PS ¹
Juan R. Lucas	En @elconfidencial : Hablan las esclavas sexuales del ISIS: "Nos olían, nos violaban, nos torturaban..."	103	C
Ignacio Escolar	Una concejala valenciana del PP: "Ahora empezarán la quema de iglesias y la violación de monjas"	96	C
Jesús Maraña	"Los antisistema del sistema". El artículo de El Gran Wyoming no tiene desperdicio.	83	C
Pepa Bueno	"Aznar fue quién vendió armas al gobierno de Chávez" #ChesterBono	65	C
Ana Pastor	Preparando la entrevista del domingo con @ZaidaCantera .. Madre mía.. Y este tipo encima la denuncia...	103	PS
Susana Griso	Y al tercer día...salió.	25	PS
Esther Palomera	C's afirma que la imputación de Victoria y Figar complica "cualquier acercamiento" con el PP (EP, EFE)	102	C

¹C/PS (Comillas/Puntos Suspensivos) Ncar. (Número de caracteres)

Figura 3. Tweets con elementos ortotipográficos (comillas y puntos suspensivos)

Tabla 7. Estadísticos descriptivos de la densidad de los elementos paralingüísticos

		Hashtag y @	Imagen	Enlace	Emoticonos
N	Válidos	10	10	10	10
	Perdidos	0	0	0	0
Media		16,3000	5,5000	3,7000	0,8000
Mediana		17,5000	5,0000	2,5000	0,0000
Desviación típica		9,18997	5,98609	4,05654	1,47573
Varianza		84,456	35,833	16,456	2,178
Asimetría		-0,445	0,971	2,057	1,722
Curtosis		-0,458	0,615	5,077	1,696
Mínimo		0,00	0,00	0,00	0,00
Máximo		30,00	18,00	14,00	4,00
Suma		163,00	55,00	37,00	8,00

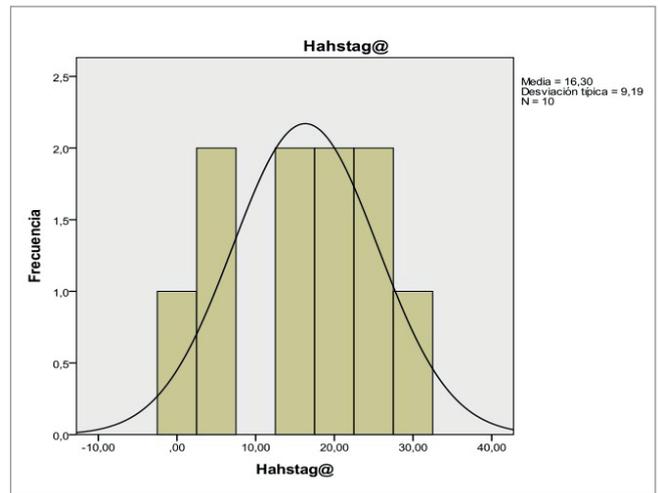


Figura 4. Densidad de *hashtags* y arrobas en los tweets

mentos paralingüísticos conforme al número total de caracteres por tweet (tabla 8). De esta manera, podemos delimitar la significatividad o no de la presencia o alteración de estos elementos con respecto a la estructura formal del tweet.

Los resultados de las múltiples regresiones muestran, al igual que para los elementos ortotipográficos, que no existe significatividad de los elementos paralingüísticos con respecto a la estructura formal del tweet (por su referencia al número de caracteres totales, palabras o número de tweets).

Los *hashtags*, arrobas e imágenes son los elementos que más contribuyen a otorgar información adicional y complementaria al tweet periodístico. Estos tres elementos paralingüísticos ya habían sido reseñados como significativos en la construcción formal del tweet en todos los subgéneros (Honeycutt; Herring,

2009). Por lo tanto, aunque su presencia no es obligatoria para la construcción formal de los tweets periodísticos, sí tienen un empleo acusado cuando el periodista quiere orientar el contenido. Es significativo que estos tres elementos paralingüísticos se utilicen con mayor frecuencia en tweets con baja densidad de palabras (9,07%) (figura 5).

La figura 6 muestra algunos ejemplos de tweets que emplean *hashtags*, arrobas e inserción de imágenes en su construcción.

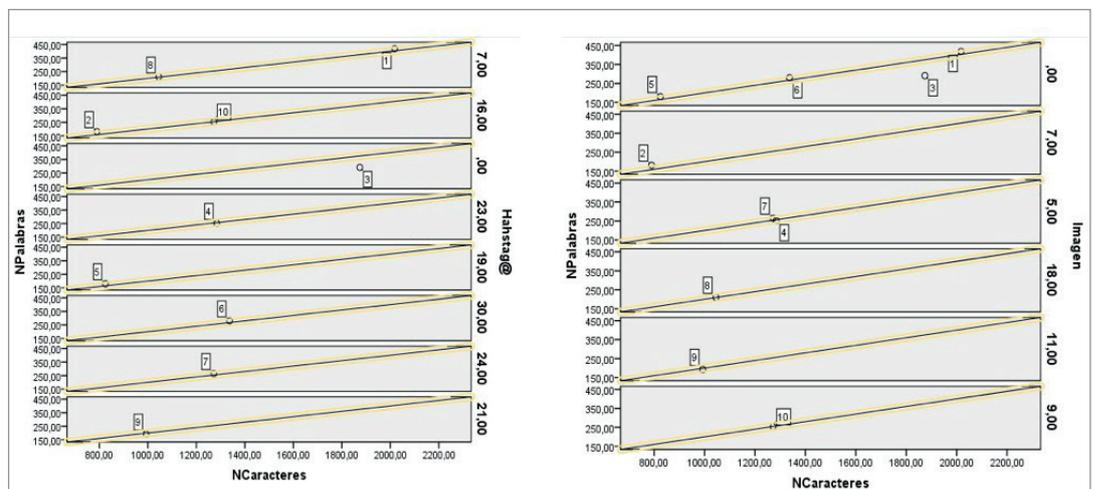


Figura 5. Densidad de *hashtags*/arrobas e imágenes en los tweets

Tabla 8. Regresión lineal de los elementos paralingüísticos

Elemento paralingüístico	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típico de la estimación	Estadísticos de cambio					Durbin-Watson
					Cambio en R cuadrado	Cambio en F	gl1	gl2	Signif. cambio en F	
Hashtag@	0,478 ^a	0,228	0,132	378,51910	0,228	2,363	1	8	0,163	2,586
Imagen	0,476 ^a	0,226	0,130	378,89619	0,226	2,342	1	8	0,164	2,386
Enlace	0,458 ^a	0,210	0,111	383,00944	0,210	2,121	1	8	0,183	2,472
Emoticonos	0,267 ^a	0,071	-0,045	415,22279	0,071	0,612	1	8	0,457	2,199

Tabla 9. Prueba de Mann-Whitney (diferencias entre la variable género)

	Letra	Puntuación	Acen-tuación	Puntos suspensivos	Comillas	Paréntesis	Signo de exclamación	Acortamiento	Hashtag /@	Imagen	Enlace
U de Mann-Whitney	10,500	7,500	10,000	7,000	7,000	8,000	10,000	12,500	7,000	5,000	8,500
W de Wilcoxon	25,500	22,500	25,000	22,000	22,000	23,000	25,000	27,500	22,000	20,000	23,500
Z	-0,472	-1,118	-1,000	-1,230	-1,226	-1,021	-0,655	0,000	-1,156	-1,622	-0,851
Sig. asintót. (bilateral)	0,637	0,264	0,317	0,219	0,220	0,307	0,513	1,000	0,248	0,105	0,395
Sig. exacta [2*(Sig. unilateral)]	0,690 ^a	0,310 ^a	0,690 ^a	0,310 ^a	0,310 ^a	0,421 ^a	0,690 ^a	1,000 ^a	0,310 ^a	0,151 ^a	0,421 ^a

Por último, otro aspecto que nos parecía pertinente analizar era delimitar si existían diferencias significativas en la construcción de los tweets periodísticos según la variable género. Para ello, realizamos la prueba estadística no paramétrica de *Mann-Whitney* que permite incluso en muestras de 10 sujetos establecer resultados satisfactorios (Gómez-Gómez; Danglot-Banck; Vega-Franco, 2003) (tabla 9).

Los resultados de la prueba muestran que no hay diferencias significativas conforme a la variable género en el empleo de elementos ortotipográficos y paralingüísticos ya que los niveles de significación asintótica no son significativos al nivel alfa de 0,05.

6. Conclusión

La investigación realizada muestra que 10 de los periodistas con mayor repercusión en la red social *Twitter* realizan una media de 20,7 tweets por día con una estructura formal de 252,3 palabras y 1.271 caracteres de media de forma homogénea entre varones y mujeres. Conforme a estas variables de construcción formal, se ha analizado la influencia y significatividad que tienen los elementos ortotipográficos y paralingüísticos en la modalización de los tweets periodísticos. Los resultados de las múltiples regresiones lineales de los elementos ortotipográficos y paralingüísticos muestran que ninguna de las categorías analizadas es altamente significativa en la construcción de los tweets periodísticos. Entendiendo esta significatividad por si su presencia es necesaria u obligatoria para su construcción. Esto muestra que son elementos modalizadores del discurso, pero no esenciales para su construcción. Con respecto a los elementos ortotipográficos, el empleo más generalizado entre los periodistas es el de “comillas” y “puntos suspensivos” en tweets de extensión media que no suelen sobrepasar los 100 caracteres.

Asimismo, el tweet remitido por periodistas tiene un índice bajo de error en la ortografía de la letra, acentuación y puntuación. Los paréntesis y signos de exclamación son utilizados en su forma canónica y su uso es relativamente bajo.

Periodistas	Tuits	N.ºPal.
Juan R. Lucas	Nos hemos venido arriba ;) y el dom.7 volvemos a #FeriaDelLibrodeMadrid #HablemosSobreFelicidad @lideditorial/c318 (Imagen)	9
Jesús Maraña	Portada de #infoLibre para soci@s: la Iglesia católica recibió más de 11,5 millones de la Fundación #CajaMadrid (Imagen)	13
Pepa Bueno	Le brillan los ojos a @alejandrosanz cuando habla de sus hijos. #ChesterAlejandro	10
Ana Pastor	Premio doble porque @ObjetivoLaSexta lo comparte con @jordievole y @salvadostv #PremiosACPE (Imagen)	7

Figura 6. Tweets con elementos paralingüísticos (hashtag, arroba e imagen)

En relación a los elementos paralingüísticos, a pesar de que tampoco son elementos imprescindibles para la construcción de los tweets periodísticos, los *hashtags*, arrobas e imágenes son los elementos que más contribuyen a otorgar información adicional y complementaria con un empleo acusado cuando el periodista quiere orientar el contenido en tweets con poca densidad de palabras (9,07%). Por último, los resultados muestran que no hay diferencias significativas conforme a la variable género en el empleo de elementos ortotipográficos y paralingüísticos en el tweet periodístico.

Esta investigación se ha llevado a cabo desde la limitación de la muestra empleada, por lo tanto, sería interesante seguir investigando la construcción del tweet desde estudios longitudinales con muestras mayores y desde la comparación de géneros diferentes para establecer las diferencias y similitudes del lenguaje en *Twitter*.

7. Bibliografía

Ahmad, Ali (2010). “Is Twitter a useful tool for journalists?”. *Journal of media practice*, v. 11, n. 2, pp. 145-55. http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1386/jmpr.11.2.145_1?journalCode=rjmp20

Almela, Ramón (2003). “Inconsistencias de la oposición oral/escrito”. *Oralia. Análisis del discurso oral*, v. 6, pp. 63-88.

Anderson, Christopher W. (2012). *Rebuilding the news: Metropolitan journalism in the digital age*. Philadelphia: Temple University Press. ISBN: 978 1439909348

Androustopoulos, Jannis (2011). “From variation to heteroglossia in the study of computer-mediated discourse”. En: Thurlow, Crispin; Mroczek, Kristine (eds.). *Digital discourse:*

- language in the new media*, pp. 277-298. New York: Oxford University Press. ISBN: 978 0199795444
https://jannisandroutsopoulos.files.wordpress.com/2012/01/2011_from-variation-to-heteroglossia-in-cmda-published.pdf
- Androutsopoulos, Jannis** (2014). *Mediatization and socio-linguistic change*. Berlin: De Gruyter Mouton. ISBN: 978 3110346831
- Boyd, Danah; Golder, Scott; Lotan, Gilad** (2010). "Tweet, tweet, retweet: Conversational aspects of retweeting on Twitter". En: *Procs of the 43rd Hawaii intl conf on system sciences*. Hawaii, HI, IEEE Press, pp. 1-10.
<http://dx.doi.org/10.1109/HICSS.2010.412>
- Broersma, Marcel; Graham, Todd** (2013). "Twitter as a news source". *Journalism practice*, v. 7, n. 4, pp. 446-464.
http://www.rug.nl/research/portal/files/12824342/Broersma_and_Graham_2013.pdf
<http://dx.doi.org/10.1080/17512786.2013.802481>
- Carrera-Álvarez, Pilar; Sainz-de-Baranda, Clara; Herrero-Curiel, Eva; Limón-Serrano, Nieves** (2012). "Journalism and social media: How Spanish journalists are using Twitter". *Estudios sobre el mensaje periodístico*, v. 18, n. 1, pp. 31-53.
http://dx.doi.org/10.5209/rev_ESMP.2012.v18.n1.39353
- Cortés-Rodríguez, Luis** (2012). "Los límites del discurso: condicionantes y realizaciones". *Círculo de lingüística aplicada a la comunicación*, v. 51, pp. 3-49.
<https://revistas.ucm.es/index.php/CLAC/article/viewFile/40627/38953>
- De-Ramón-Carrión, Manuel** (2013). "Un nuevo lenguaje para los medios periodísticos digitales. La necesidad de adaptarse al continuum informativo. Primeras experiencias en España". *Revista de comunicación de la Seeci*, año XV, v. 32, pp. 127-140.
<http://dx.doi.org/10.15198/seeci.2013.32.127-140>
- Domingo, David; Le-Cam, Florence** (2014). "Journalism in dispersion". *Digital journalism*, v. 2, n. 3, pp. 310-321.
<http://dx.doi.org/10.1080/21670811.2014.897832>
- Dresner, Eli; Herring, Susan C.** (2010). "Functions of the non-verbal in CMC: Emoticons and illocutionary force". *Communication theory*, v. 20, n. 3, pp. 249-268.
<http://dx.doi.org/10.1111/j.1468-2885.2010.01362.x>
- Fletcher, William H.** (2004). "Facilitating the compilation and dissemination of *ad hoc* web corpora". En: Aston, Guy; Bernardini, Silvia; Stewart, Dominic (eds.). *Corpora and language learners*, pp. 273-300. ISBN: 978 9027222886
- Fombona, Javier; Agudo, Susana; Fernández, Alberto** (2013). "Management and teaching experiences in a context of socio-economic crisis in Spain: a new vocational training centre in communication". *Croatian journal of education*. v. 15, n. 2, pp. 11-39.
<http://hrcak.srce.hr/file/157304>
- Gómez-Camacho, Alejandro** (2014). "La norma disortográfica en la escritura digital". *Didac*, v. 63, pp. 19-25.
http://revistas.iberomx.com/didac/articulo_detalle.php?id_volumen=17&id_articulo=207
- Gómez-Gómez, Manuel; Danglot-Banck, Cecilia; Vega-Franco, Leopoldo** (2003). "Nonparametric statistical tests synopsis. When are they used?". *Revista mexicana de pediatría*, v. 70, n. 2, pp. 91-99.
<http://goo.gl/tb3WK7>
- Honeycutt, Courtenay; Herring, Susan C.** (2009). "Beyond microblogging: Conversation and collaboration via Twitter". En: *Procs of the 42nd Hawaii intl conf on system sciences*, Hawaii, HI: IEEE, pp. 1-10.
<http://dx.doi.org/10.1109/HICSS.2009.89>
- Hong, Lichang; Convertino, Gregorio; Chi, Ed** (2011). "Language matters in Twitter: A large scale study". En: *Intl AAAI conf on weblogs and social media*, pp. 518-521.
<https://www.aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/ICWSM11/paper/viewFile/2856/3250>
- Huffaker, David A.; Calvert, Sandra L.** (2005). "Gender, identity, and language use in teenage blogs". *Journal of computer-mediated communication*, v. 10, n. 2.
<http://dx.doi.org/10.1111/j.1083-6101.2005.tb00238.x>
- Java, Akshay; Song, Xiodan; Finin, Tim; Tseng, Belle** (2007). "Why we Twitter: Understanding micro-blogging usage and communities". En: *Procs 9th WebKDD and 1st SNA-KDD 2007 Workshop on web mining and social network analysis*, San Jose, California, USA.
http://ebiquity.umbc.edu/_file_directory_/papers/369.pdf
- Knaś, Agnieszka** (2009). "Read my voice: Expressing silence and sound in text-messages". *Networking knowledge*, v. 2, n. 1, pp 1-18.
<http://www.ojs.meccsa.org.uk/index.php/netknow/article/download/45/45>
- Lasorsa, Dominic; Lewis, Seth; Holton, Avery** (2012). "Normalizing Twitter: Journalism practice in an emerging communication space". *Journalism studies*, v. 13, n. 1, pp. 19-36.
<http://dx.doi.org/10.1080/1461670X.2011.571825>
- Lomborg, Stine** (2011). "Negotiating the Twitter self. On networks of affiliation and relational pressures". En: *International communication association*, Boston, MA, USA, 26-30 May.
- Mancera-Rueda, Ana; Pano-Alamán, Ana** (2013). *El español coloquial en las redes sociales*. Madrid: Arco Libros. ISBN: 978 8476358795
- Markman, Kris M.** (2013). "Conversational coherence in small group chat". En: Herring, Susan; Stein, Dieter; Virtanen, Tuija (eds.). *Pragmatics of computer-mediated communication*, pp. 539-564. ISBN: 978 3110214468
- Martínez-de-Sousa, José** (2004). *Ortografía y ortotipografía del español actual*. Gijón: Trea. ISBN: 978 8497047241
- Menna, Laura** (2012). "Nuevas formas de significación en red: el uso de las #etiquetas en el movimiento 15M". *Estudios de lingüística del español*, v. 34, pp. 1-61.
<http://www.raco.cat/index.php/Elies/article/view/271561/359189>
- Pano-Alamán, Ana; Mancera-Rueda, Ana** (2014). "La conversación en Twitter: las unidades discursivas y el uso de marcadores interactivos en los intercambios con parlamentarios españoles en esta red social". *Estudios de lingüística*

del español, v. 35, n. 1, pp. 243-268.
<http://infoling.org/elies/35/elies35.1-10.pdf>

Parodi, Giovanni (2010). *Lingüística de corpus: de la teoría a la empiria*. Frankfurt: Iberoamericana/Vervuert. ISBN: 978 8484895015

Randall, Neil (2002). *Lingo online: A report on the language of the keyboard generation*. Department of English, University of Waterloo; MSN.ca.
<http://www.arts.uwaterloo.ca/~nrandall/LingoOnline-finalreport.pdf>

Sanmartín-Sáez, Julia (2007). *El chat. La conversación tecnológica*. Madrid: Arco Libros. ISBN: 978 8476357101

Thurlow, Crispin; Mroczek, Kristine (2011). *Digital discourse: Language in the new media*. New York: Oxford University Press. ISBN: 978 0199795437

Thurlow, Crispin; Poff, Michele (2011). "Text-messaging". En: Herring, Susan; Stein, Dieter; Virtanen, Tuija (eds.). *Handbook of the pragmatics of CMC*, pp. 1-24.
<http://nl.ijs.si/janes/wp-content/uploads/2014/09/thurlowpoff11.pdf>

Vázquez-Cano, Esteban (2012). "Mobile learning with Twitter to improve linguistic competence at secondary schools". *The new educational review*, v. 29, n. 3, pp. 134-147.

Vázquez-Cano, Esteban; Mengual-Andrés, Santiago; Roig-Vila, Rosabel (2015). "Análisis lexicométrico de la especificidad de la escritura digital del adolescente en Whastapp". *Revista de lingüística teórica y aplicada*, v. 53, n. 1, pp. 83-105.
<http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/48306>

Yus, Francisco (2001). *Ciberpragmática. El uso del lenguaje en internet*. Barcelona: Ariel. ISBN: 978 8434482425

No descuides mantener actualizados tus datos en el *Directorio EXIT* (EXpertos en el Tratamiento de la Información)



Países	nº
España	2.287
Colombia	187
México	126
Argentina	113
Brasil	107
Reino Unido	81
Cuba	72
Perú	69
Chile	68
EUA	61
Italia	46
Portugal	40
Francia	32
Holanda	30
Ecuador	28
Venezuela	21
Bélgica	19
Alemania	17
Uruguay	13
Suiza	12



Puedes incluir enlaces a tus páginas de las redes sociales

Especialidades más representadas en EXIT nº

Gestión de la información y del conocimiento	942
Web 2.0 y redes sociales	747
Biblioteca universitaria	706
Recuperación de información y búsquedas	636
Información científico-técnica	577
Biblioteca digital	550
Planificación y gestión	483
Bibl. especializada / Centro de documentación	454
Análisis y diseño de sistemas de información	453
Gestión de contenidos	437
Open access	427
Comunicación	422
Catalogación, clasificación e indexación	401
Bases de datos (contenidos)	388
Educación, formación, alfin	337
Revistas electrónicas	335
Bibliometría y cibermetría	324
Marketing y promoción	317
Documentación en general	316
Arquitectura de la información	311
Servicios de internet en general	297
Información biomédica	290
Diseño de webs	284
Usabilidad, interfaces e interacción	274
Biblioteca pública	270
Software documental	245
Ontologías, metadatos, taxonomías y tesauros	230
Periodismo	229
Multimedia y documentación audiovisual	229
Información humanística	227

<http://directorioexit.info>