**Anexo 2. Libro de códigos**

| ***Datos gwerales*** | |  | | |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Fecha** | Fecha de publicación del post |
| **Candidato** | Nombre del candidato seleccionado para el estudio |
| **Caso** | Timeline de candidato |
| **CATEOGORÍA** | **DESCRIPCIÓN** | **VARIABLE** | **CODIFICACIÓN** | **CRITERIO DE CODIFICACIÓN** |
| **Tipo de tuit** | La principal denominación utilizada para categorizar los tweets que corresponde la naturaleza de los mismos | Tuits organicos | 1= Sí; 2=No | ¿Son tweets expresados por los usuarios dentro de su timeline personal en la plataforma, y que se encuentran visibles para los miembros de la red? |
| Menciones | 1= Sí; 2=No | ¿Son menciones a cuentas de otros usuarios? (@) |
| Retuits | 1= Sí; 2=No | ¿Son posts que el usuario ha compartido desde el timeline de otros usuarios? |
| Respuestas | 1= Sí; 2=No | ¿Son respuestas hechas por el usuario a otros tweets de otros usuarios en los que se menciona al autor del tweet previo? |
| **Función del leguaje** | “Se entiende como función lingüística en este modelo a la relación que se establece, por una parte, entre el destinador y el mensaje y que es originada por la intención del emisor al construir un enunciado orientándolo hacia cualquiera de los elementos del proceso. Por otra parte, la función también se ve determinada en la recepción”. (Pelayo, 2001, p. 31) | Función referencial: Se da cuando un mensaje privilegia la comunicación de realidades físicas o culturales. Estas pueden ser realidades que rodean la situación comunicativa o afirmaciones puramente intelectuales. Es la más común en la comunicación cotidiana y se le conoce también como denotativa o cognitiva. (Pelayo, 2001, p. 31) | 1= Sí; 2=No | ¿Se identifica en el texto función referencial? |
| Función conativa/apelativa: El mensaje solicita atención del destinatario, es decir apela a él,  implícita o explícitamente. También se le conoce como función apelativa. | 1= Sí; 2=No | ¿Se identifica en el texto función conativa/apelativa? |
| Función emotiva: Se centra en la actitud  del emisor al ejecutar un acto lingüístico. Eco (1972:160) señala que esta función también incluye la posibilidad del mensaje de provocar respuestas emotivas. | 1= Sí; 2=No | ¿Se identifica en el texto función emotiva? |
| ¿Hay función emotiva? | 0 | No corresponde codificar |
| 1 | Expresa sentimiento positivo ( euforia, admiración, afecto, optimismo, gratitud, satisfacción, amor, agrado) |
| 2 | Expresa sentimiento negativo ( Sentimientos negativos: celos, venganza, envidia, enfado, odio, tristeza, impaciencia, indignación) |
| 3 | No expresa sentimiento |
| Función poética o estética (expresa mensajes de forma figurativa, y su interpretación no debe ser literal): Se da cuando el mensaje llama la atención por su propia estructuración, ya sea mediante su forma o a través de sus contenidos. Se dice que existe cuando el mensaje se torna autorreflexivo. | 1= Sí; 2=No | ¿Se identifica en el texto función estética? |
| En el caso de que haya función poética identificar | 0 | No corresponde codificar |
| 1 | Expresa mensajes en forma figurativa |
| 2 | No expresa mensajes en forma figurativa |
| Función metalingüística: El lenguaje en este caso interroga de alguna manera al código de la comunicación o tiene como objeto otro mensaje (Pelayo, 2001, p. 31) | 1= Sí; 2=No | ¿Se identifica en el texto función metalingüística? |
| Función fática: Llamada también de contacto, se presenta cuando el mensaje se orienta hacia la verificación del funcionamiento de los canales físicos y psicológicos de la comuncación. (Pelayo, 2001, p. 31) | 1= Sí; 2=No | ¿Se identifica en el texto función fática? |
| **Tematizaciones** | Las tematizaciones se refieren a los temas o asuntos específicos que dominan las conversaciones en las redes sociales, especialmente en plataformas como Twitter. Las tematizaciones son cruciales para entender cómo los actores políticos enmarcan y dirigen el discurso público en torno a ciertos temas durante las campañas electorales o en la comunicación política en general (Jungherr, 2016). | ¿Hay tematización? | 1= Sí; 2=No | ¿Se identifica en el texto tematización? |
| Tematización | 0 | No corresponde codificar |
| 1 | Organización - actividades de campaña |
| 2 | Crisis económica |
|  |
|  |
| 3 | Otros asuntos económicos |  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
| 4 | Corrupción - escándalos políticos |  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
| 5 | Cambio de administración |  |
| 6 | Actividades benéficas |  |
|  |
| 7 | Actividades comunitarias - barriales |  |
|  |
|  |
| 8 | Continuismo |  |
| 9 | Debates / disputas entre los candidatos |  |
|  |
|  |
| 10 | Política Internacional/Relaciones Internacionales |  |
|  |
|  |
| 11 | Religiosidad |  |
|  |
| 12 | Medioambiente |  |
|  |
|  |
|  |
| 13 | Rescate animal |  |
|  |
|  |
|  |
|  |
| 14 | Democracia y participación electoral |  |
|  |
| 15 | Comercio Informal |  |
|  |
|  |
|  |
| 16 | Comercio formal |  |
|  |
|  |
| 17 | Obras Públicas |  |
|  |
|  |
|  |
| 18 | Seguridad física y vial |  |
|  |
|  |
|  |
| 19 | Políticas culturales de espacio público |  |
|  |
| 20 | Educación, innovación y tecnología |  |
|  |
|  |
| 21 | Turismo |  |
|  |
|  |
| 22 | Familia |  |
|  |
|  |
| 23 | Entrevistas en medios |  |
| 24 | Vivienda |  |
|  |
| 25 | Salud |  |
|  |
|  |
|  |
| 26 | Otros |  |
| **Tipo de mensaje** | Esta variable hace referencia a los componentes que señala Canel (2006) como elementos fundamentales del mensaje que el candidato debe considerar para su estrategia de comunicación política y que son: “componente partidista, componente programático y componente personal”. | ¿Tiene componente partidista? | 1= Sí; 2=No | |  |
| ¿Hace referencia a un miembro del partido político? | 1= Sí; 2=No | |  |
| ¿Hace referencia a sus promesas de campaña? | 1= Sí; 2=No | |  |
| ¿Hace referencia a rasgos de su personalidad? | 1= Sí; 2=No | |  |
| ¿Habla de sí mismo? | 1= Sí; 2=No | |  |
| ¿Habla sobre su carrera profesional? | 1= Sí; 2=No | |  |
| **Público** | A qué público (quién - quiénes) se dirige el candidato a través de sus tweets | Direccionamiento del discurso | 1 | Empresarios |  |
| 2 | Campesinos |  |
| 3 | Obreros |  |
| 4 | Sector Salud |  |
| 5 | Amas de Casa |  |
| 6 | Mujeres |  |
| 7 | Jóvenes |  |
| 8 | Adultos mayores |  |
| 9 | Empleado público |  |
| 10 | Grupos LGBTI |  |
| 11 | Grupos de minorías étnicas (afrodescendientes) |  |
| 12 | Grupos de minorías étnicas (indígenas) |  |
| 13 | Migrantes |  |
| 14 | Inmigrantes |  |
| 15 | Grupos religiosos |  |
| 16 | Sociedad Civil en general |  |
| 17 | Militantes de los demás partidos |  |
| 18 | Intelecuales |  |
| 19 | Grupos ecologistas |  |
| 20 | Grupos protectores de animales |  |
| 21 | Comerciante formal |  |
| 22 | Comerciante informal |  |
| 23 | Docentes |  |
| 24 | Ninguno |  |
| 99 | Otros |  |
| 100 | Público masivo indiferenciado |  |
| **Uso de menciones** | Son tweets o mensajes que van dedicados a un usuario de la red de forma particular. | Menciona en el tweet a un político del partido | 1= Sí; 2=No | |  |
| Menciona en el tweet a el propio/movimiento partido | 1= Sí; 2=No | |  |
| Menciona en el tweet a un candidato opositor | 1= Sí; 2=No | |  |
| Menciona en el tweet a otro partido/movimiento | 1= Sí; 2=No | |  |
| Menciona en el tweet a un político de otro partido | 1= Sí; 2=No | |  |
| Menciona en el tweet un medio de prensa escrita | 1= Sí; 2=No | |  |
| Menciona en el tweet un medio de comunicación audiovisual | 1= Sí; 2=No | |  |
| Menciona en el tweet a otras cuentas de usuarios | 1= Sí; 2=No | |  |