

Análisis de Polarización y Sentimiento en las Publicaciones del Periodista Enrique Vargas Peña en Facebook desde el 12 de Mayo hasta el 12 de Junio del 2025

Osmar Toledo, Cleto Pérez, Alejandro Coronel.

Abstract—Este artículo presenta un análisis de polarización y sentimiento en las publicaciones de la página de Facebook del periodista paraguayo Enrique Vargas Peña. A partir de un corpus recolectado mediante scraping semiautomático, se aplica un modelo de PLN para detectar sentimientos en publicaciones y comentarios de usuarios. Se utilizan técnicas de vectorización, embeddings y clustering para identificar patrones de polarización ideológica. Se propone una serie de métricas (IAE, ICE) para cuantificar la relación entre el tono de las publicaciones y las respuestas del público. Los resultados revelan una fuerte carga emocional negativa en temas como 'Cartes' y 'Partido Colorado', y un nivel de contradicción más alto ante publicaciones positivas.

Keywords—, Sentiment analysis, PLN, clustering, K-means.

I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Enrique Vargas Peña es un periodista paraguayo conocido por emitir opiniones críticas y polarizantes en redes sociales. El objetivo de este trabajo es analizar cómo reacciona la ciudadanía paraguaya ante sus publicaciones en Facebook, y si es posible detectar agrupamientos ideológicos o polarización digital a partir del análisis de sentimientos en los comentarios.

Preguntas clave:

- ¿Predominan sentimientos negativos, positivos o neutrales en los comentarios?
- ¿Existen diferencias según el tema tratado en la publicación?
- ¿Se refuerza o contradice el tono emocional del post original?

En un principio se iba a utilizar la red social X, pero el inconveniente de trabajar con éste, es que al haber cuentas privadas, uno muchas veces no puede tener acceso al comentario que estas cuentas privadas realizan. Entonces se optó por utilizar la Red Social Facebook ya que todas las publicaciones de otros usuarios son visibles de tal forma a poder evaluar mejor el planteamiento del Trabajo.

Para hacer el Webscraping se usó una extensión gratuita de Chrome que permite extraer información estructurada de páginas web, como publicaciones de Facebook, sin necesidad de programar nada. La extensión se llama Instant Data Scraper.

Una vez obtenido los datos de la extensión que se encargó de realizar el Webscraping procedemos a almacenar los datos en un DataFrame y lo analizaremos columna por columna. Un problema que hubo al respecto fue que al parecer no se extrajeron todas las respuestas por publicaciones.

```
# Contamos el total de publicaciones de Enrique Vargas Peña
df_clean['contenido'].value_counts().sum()

np.int64(184)

# Contamos la cantidad de comentarios de los Usuarios
df_clean['comentarios_usuarios'].value_counts().sum()

np.int64(138)
```

Se puede apreciar que hay un total de 184 publicaciones realizadas por el periodista Enrique Vargas Peña en el periodo que va desde el 12 de Mayo hasta el 12 de Junio del año 2025. En cuanto a las respuestas de los Usuarios, se ve un menor número, 138 comentarios. Al parecer, al realizar el Web scrapping, esta extensión solamente almacena los primeros comentarios de cada Publicación.

Al comparar la cantidad de información obtenida en un mes de publicaciones y el desfase mencionado, de igual manera se cuenta con cierta cantidad de información suficiente para hacer frente al planteamiento del Trabajo. Cabe destacar que es un trabajo de aplicación y no se debería de tomar como resultados certeros las conclusiones de este trabajo, ya que también los datos pueden estar sesgados al tomar una pequeña muestra del universo.

Se recopilaron 187 publicaciones de la página pública de Facebook del periodista. El scraping se realizó con la extensión Instant Data Scraper y luego se enriquecieron los datos incluyendo fecha aproximada, texto del post, número de comentarios y compartidos, reacciones, y comentarios de usuarios. Los datos fueron tratados con pandas para su limpieza y preprocesamiento.

TABLA I
VARIABLES UTILIZADAS

Id	Indice
fecha_aproximada	Fecha de publicación
contenido	publicaciones de Enrique Vargas Peña
cantidad_respuestas_aprox	respuestas a las publicaciones simplificadas
comentarios_usuario	comentarios de los Usuarios
compartidos	veces compartidos
enlace	enlace de la publicación o comentario
reacciones	reacciones de los usuarios

Entonces, una vez llegado hasta aquí, veremos cuales son las variables que utilizar para llegar a los resultados necesario para las soluciones a los planteamientos del presente trabajo. Muchas variables no serán consideradas ya que no aportan información de interés.

II. METODOLOGÍA

La metodología del proyecto combinó herramientas clásicas del procesamiento de lenguaje natural con técnicas más recientes basadas en modelos de lenguaje profundo.

A) Preprocesamiento del texto

Antes del análisis semántico, se realizó un riguroso proceso de limpieza y normalización de texto que incluyó:

- *Conversión a minúsculas.*
- *Eliminación de puntuación, caracteres especiales, URLs, menciones (@usuario) y hashtags.*
- *Eliminación de stopwords en español utilizando spaCy.*
- *Lematización para reducir cada palabra a su forma canónica.*

Este preprocesamiento se aplicó tanto al contenido de los posts como a los comentarios de usuarios.

B) Análisis de sentimiento

Se utilizó el modelo preentrenado pysentimiento/robertuito-base, una variante de RoBERTa adaptada al español latinoamericano y entrenada sobre textos de redes sociales. Este modelo proporciona puntuaciones de probabilidad para tres clases emocionales:

Positivo

Negativo

Neutral

Cada publicación y comentario fue evaluado individualmente, generando tres columnas con las probabilidades y una columna adicional con el "sentimiento dominante" asignado según la mayor probabilidad.

C) Representación vectorial y clustering temático

Para identificar agrupaciones temáticas sin etiquetas previas, se empleó el siguiente pipeline:

- *Vectorización con **TF-IDF** sobre el contenido textual lematizado.*
- *Generación de embeddings densos con el modelo FastText (versión en español).*
- *Reducción de dimensionalidad con **t-SNE** para proyectar los textos a un espacio bidimensional donde puedan visualizarse agrupaciones semánticas.*
- *Agrupamiento mediante **KMeans** con $k=4$ clusters, seleccionados tras inspección exploratoria.*
- *Evaluación de cohesión de los clusters mediante el **Silhouette Score** (obteniendo un valor de 0.13).*

Los clusters fueron manualmente interpretados y rotulados como: "Cartes", "Oficialismo", "Oposición", "Partido Colorado".

D) Análisis de relaciones emocionales entre post y comentarios

Se diseñaron dos métricas personalizadas para evaluar el grado de coherencia emocional entre publicaciones y reacciones:

- **Índice de Alineación Emocional (IAE):** porcentaje de publicaciones en las que el sentimiento dominante del comentario coincide con el del post.
- **Índice de Contradicción Emocional (ICE):** porcentaje de publicaciones donde los sentimientos son opuestos (positivo vs. negativo).

También se consideró la **Tasa de Comentarios Vacíos (TCV)** para evaluar la cobertura del análisis.

Se usaron gráficos como matrices de calor (heatmaps), gráficos de barras apiladas y mapas t-SNE coloreados por sentimiento para ilustrar los hallazgos.

E) Métricas

- *La mayor parte de los posts presentan un sentimiento **negativo**. Temas como "Cartes" y "Partido Colorado" concentran altos niveles de crítica.*
- *El **IAE** fue de 0.47, indicando una ligera tendencia a que los comentarios refuercen el sentimiento del post.*
- *El **ICE** fue de 0.11, lo que muestra una contradicción limitada pero significativa en algunos casos.*
- *Gráficos como el mapa **t-SNE** coloreado por sentimiento, el heatmap de sentimientos cruzados y la barra apilada por tema muestran de forma clara las agrupaciones emocionales.*

III. RESULTADOS

Este gráfico muestra la distribución del sentimiento estimado en las publicaciones realizadas por Enrique Vargas Peña (EVP).

- **NEU (Neutral)** es la categoría más frecuente, con cerca de 90 publicaciones, lo que sugiere un tono informativo o sin carga emocional explícita.
- **NEG (Negativo)** ocupa el segundo lugar con alrededor de 75 publicaciones, lo que confirma la percepción crítica del periodista hacia ciertos temas.
- **POS (Positivo)** es minoritario, con menos de 20 publicaciones, indicando que los contenidos con tono optimista o afirmativo son escasos.

Aunque hay una presencia importante de publicaciones críticas, el estilo de EVP también incluye una gran proporción de publicaciones neutras.

En el caso del análisis de sentimiento de los comentarios de los usuarios.

- **NEG (Negativo)** domina con claridad, con más de 70 comentarios, evidenciando una audiencia altamente crítica o emocionalmente involucrada.
- **SIN COMENTARIO** (ausencia de respuesta) y **NEU (Neutral)** también tienen una presencia considerable, lo cual puede reflejar apatía o tono moderado.
- **POS (Positivo)** es nuevamente la minoría, con un nivel muy bajo de respuestas afirmativas o de apoyo.

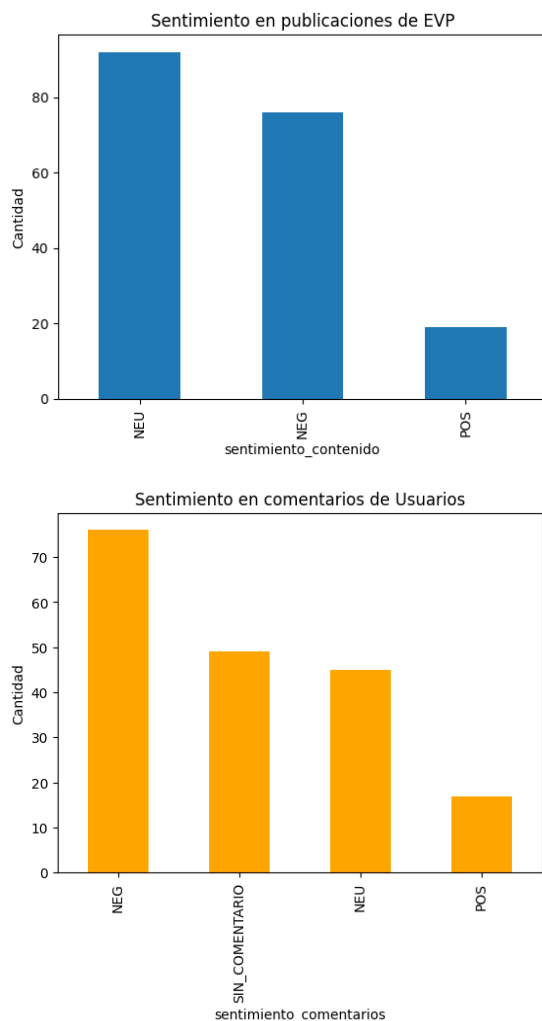


Fig. 1 Esquema de barras del Análisis de sentimientos primeramente de las publicaciones de Enrique Vargas Peña (color azul) y de los comentarios de los Usuarios (color amarillo).

La audiencia tiende a responder mayormente con críticas o desacuerdo, lo que refuerza la hipótesis de polarización emocional en torno al contenido de EVP.

En cuanto a las publicaciones del periodista para reforzar lo dicho anteriormente, tenemos en la *figura 2* en el mapa t-SNE los conglomerados claramente dominados por negatividad (rojo), lo que indica que algunas temáticas o grupos de publicaciones son percibidas como altamente conflictivas o críticas. Pocos puntos verdes (positivo) sugieren que el discurso general gira en torno a denuncia, crítica o polarización. La dispersión de puntos grises muestra zonas menos cargadas emocionalmente,

probablemente informativas o neutras.

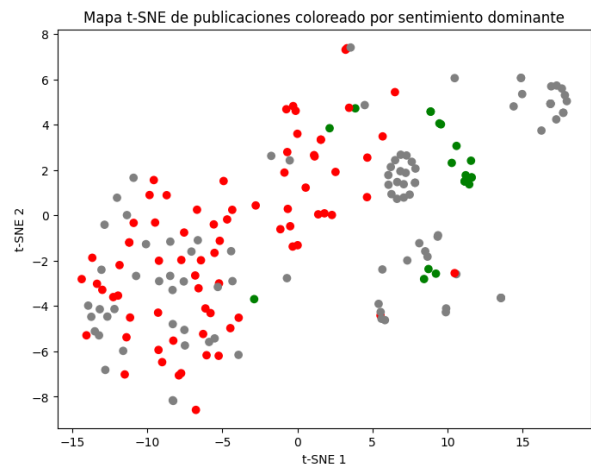


Fig. 2 Mapa t-SNE (t-Distributed Stochastic Neighbor Embedding) de las publicaciones de Enrique Vargas Peña, donde cada punto es una publicación y los colores indican su sentimiento dominante. Rojo es sentimiento negativo, verdes e sentimiento positivo y gris es neutral.

A) Análisis de sentimiento promedio por cluster

Por otra parte, en cuanto al enfoque metodológico se la realizó la agrupación de publicaciones mediante técnicas de clustering no supervisado (KMeans), con el objetivo de identificar temáticas latentes dentro del corpus sin necesidad de etiquetas manuales previas.

El uso de embeddings semánticos (TF-IDF y FastText) seguido de reducción de dimensionalidad con t-SNE, permitió proyectar los textos a un espacio donde la similitud semántica se refleja en la cercanía espacial. Posteriormente, los clusters generados capturaron subconjuntos de publicaciones con vocabulario y estilo discursivo similar.

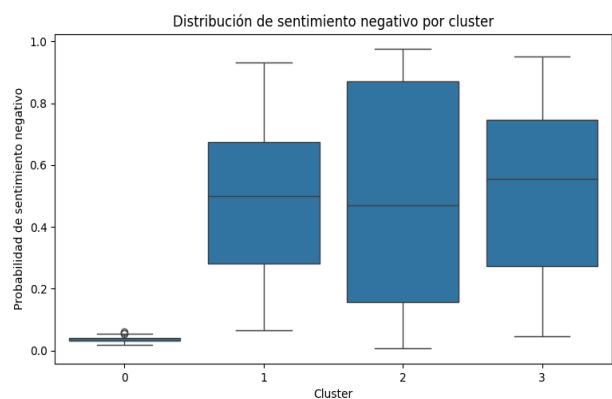


Fig. 3 Gráfico de caja (boxplot) representa la distribución de la probabilidad de sentimiento negativo en las publicaciones, agrupadas por cluster temático.

Una vez formados los clusters, se realizó un análisis de frecuencia de palabras clave y n-gramas dentro de cada grupo, permitiendo asociar a cada cluster un eje temático dominante, como, por ejemplo:

Cluster 0: publicaciones institucionales o neutras (pocas menciones emocionales).

Cluster 1: crítica a la oposición.

Cluster 2: denuncias o referencias al expresidente Cartes.

Cluster 3: debate sobre el Partido Colorado.

Esta asignación temática fue crucial por varias razones: Permite cruzar el análisis emocional con el contexto temático, detectando qué tópicos generan mayor polarización o contradicción. También facilita la visualización y comprensión del discurso dominante en cada grupo, tanto a nivel del periodista como de las reacciones del público. Contribuye a la replicabilidad del estudio, ya que los temas emergen de los datos y no de un sesgo externo. En resumen, el uso del clustering no solo aportó estructura al análisis, sino que permitió enlazar el contenido con dimensiones ideológicas, emocionales y sociales, enriqueciendo las conclusiones del trabajo. Este análisis de sentimientos asociados a las palabras claves pueden verse mejor en la *Table II*.

TABLA II
ANALISIS DE SENTIMIENTOS PROMEDIO POR CLUSTER
prob_POS_contenido prob_NEG_contenido

tema_estimado		
Cartes	0.143198	0.501555
Oficialismo	0.280566	0.035853
Oposición	0.053602	0.492524
colorado	0.063676	0.516472

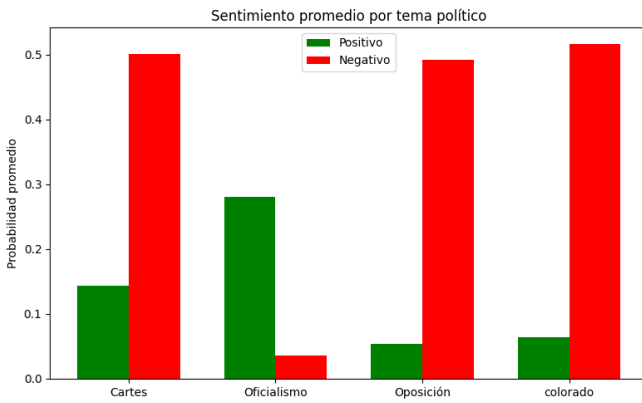


Fig. 4 Gráfico de barras que muestran los análisis de sentimientos por palabra clave.

Las publicaciones sobre Cartes, Oposición y el Partido Colorado están fuertemente asociadas con sentimiento negativo. En contraste, el Oficialismo genera la respuesta más positiva del conjunto, aunque tiene menos representación. Esto sugiere un posible sesgo anti-Cartes/Colorado o una crítica sostenida hacia estos sectores desde la comunidad que reacciona a las publicaciones del periodista.

Para tener una métrica que respalde este resultado, se utilizó la de Silhouette Score arrojando un valor de 0.133 el cual es un valor bajo, pero no inusual en tareas de clustering sobre datos de texto o embeddings. Esto sugiere que puede haber solapamiento entre los clusters. Es decir, algunos puntos podrían pertenecer a más de un tema. O además, los temas que maneja el periodista pueden estar lingüísticamente cercanos (ej. "Cartes" y "colorado").

Aún así, hay una cierta estructura detectable, lo cual sugiere que esto no es aleatorio o negativo. Para evaluar la calidad del agrupamiento semántico, se calculó el índice de Silhouette, obteniendo un valor de 0.13. Si bien este valor indica que los grupos no están fuertemente separados en el espacio vectorial, es consistente con el carácter

temáticamente solapado de las publicaciones analizadas. La superposición entre temas como "Cartes" y "Partido Colorado" es esperable dado el contexto político paraguayo. A pesar de la puntuación moderada, la revisión manual y la coherencia en los resultados de sentimiento respaldan la validez de los clusters formados.

B) Análisis de sentimiento de los comentarios

Por otra parte, tenemos el análisis de sentimientos de los comentarios de los demás usuarios para responder una de las cuestiones del presente trabajo. Primeramente, en la *figura 5*, tenemos el gráfico de barras que muestra que los comentarios son mayormente negativos. Luego, está el heatmap (mapa de calor) el cual es una herramienta clave para entender la coherencia, contradicción o neutralización emocional entre lo que publica el periodista Enrique Vargas Peña y cómo reacciona su audiencia.

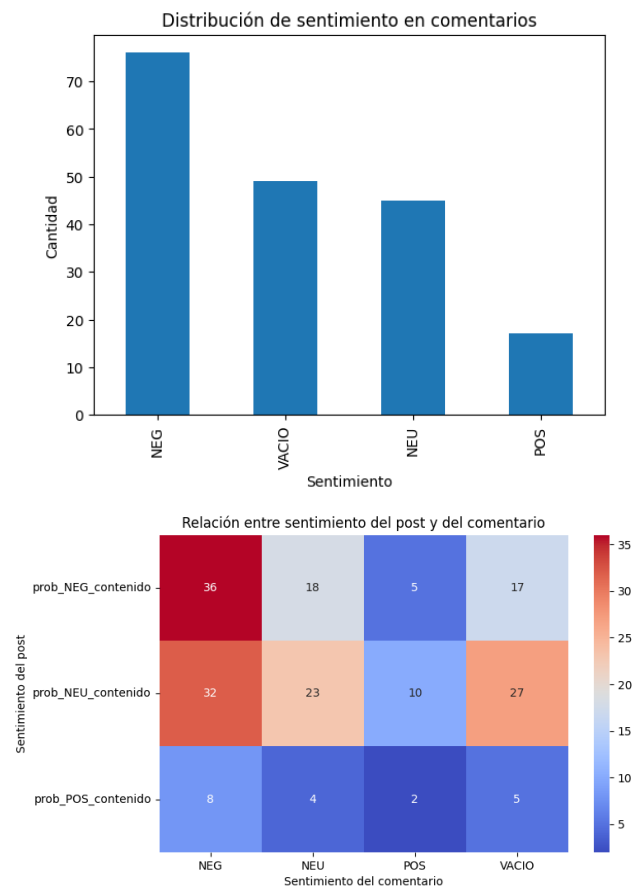


Fig. 5 Gráfico de barras del Análisis de sentimientos primeramente de los comentarios de los usuarios. Y abajo, tenemos un heatmap (mapa de calor) que muestra la relación entre el sentimiento del post y el sentimiento del comentario de los usuarios.

El cruce entre el sentimiento del post y el de los comentarios muestra que las publicaciones negativas tienden a ser acompañadas por comentarios igualmente negativos, reflejando una alta alineación emocional o una comunidad afín al discurso crítico. En cambio, las publicaciones neutrales provocan respuestas divididas, mientras que los pocos posts positivos generan respuestas contradictorias o vacías, lo que refuerza la hipótesis de un entorno discursivo centrado en la crítica y la polarización. Exponiendo en forma más breve lo recientemente expresado, este mapa de calor evidencia un patrón claro:

- Las publicaciones negativas tienden a **generar comentarios en la misma dirección emocional, confirmando la existencia de alineación o polarización.**
- Los posts neutros no garantizan neutralidad en las respuestas: son **espacios de proyección emocional del lector.**
- Los contenidos positivos no son reforzados, lo cual **refleja un contexto social crítico o escéptico.**

ra, el lado de baja tensión del transformador de potencia detecta la corriente de falla como la suma de I_1 e I_2 . Dicha acción puede desencadenar en disparos indeseados de las protecciones. Si se supone una corriente de falla de 2000 A en cada alimentador de la Fig. 1 b), la corriente que detecta el relé de protección del lado de baja del transformador de potencia sería la suma de las dos corrientes de fallas, en este caso de 4000 A. Esta situación se puede observar de mejor manera en la Fig. 2, donde están graficas las curvas de actuaciones de los relés de protecciones de ambos alimentadores y también de la protección del transformador de potencia.

TABLA III
COMPARACIÓN SENTIMIENTO DEL POST Y COEMNTARIO

relacion_sentimientos	Contradicción	Neutraliza	Refuerza negativo	Refuerza neutral	Refuerza positivo
tema_estimado					
Cartes	2	18	17	8	1
Oficialismo	7	22	0	7	1
Oposición	2	8	7	4	0
colorado	2	16	12	4	0

Además, se realizó también la comparación de sentimiento del post y comentario (Tabla III). Esta tabla indica lo siguiente:

Refuerza positivo: el comentario apoya una publicación positiva.

Refuerza negativo: el comentario apoya una publicación negativa.

Refuerza neutral: ambos son neutrales.

Contradicción: el comentario contradice el tono del post.

Neutraliza: el comentario cambia o matiza el tono sin contradecirlo del todo.

Entonces, en cuanto al tema Cartes, hay alta proporción de contradicción y refuerzo negativo. Algunos usuarios apoyan el tono crítico (refuerzo negativo), pero también hay desacuerdo (contradicciones).

En cambio, con el tema Oficialismo, muchos comentarios que neutralizan el tono del post. Esto puede indicar ambigüedad o falta de alineamiento emocional con las publicaciones. Y si analizamos el tema Oposición, es similar al caso de Cartes, se observa alta cantidad de contradicciones, lo que podría reflejar un mayor desacuerdo o polarización.

En cuanto al tema Colorado, Es el tema con más neutralizaciones (20), lo que sugiere que las reacciones suelen ser más moderadas o menos emocionales. Muy pocos refuerzos positivos, lo que puede indicar baja afinidad de los seguidores con los mensajes positivos sobre este tema.

El análisis cruzado entre el sentimiento de las publicaciones y el de los comentarios revela que la mayoría de los temas generan respuestas que tienden a reforzar o matizar el tono del post. Los temas vinculados a

Cartes y el Partido Colorado muestran una alineación clara con el discurso crítico del periodista, mientras que el Oficialismo y la Oposición provocan más respuestas neutralizadoras o contradictorias, lo que sugiere menor polarización emocional o una audiencia más dividida.

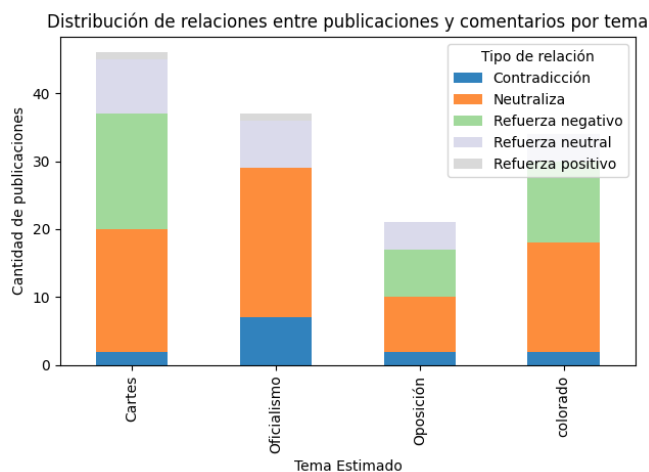


Fig. 6 Gráfico de barras apiladas que muestra la distribución de relaciones emocionales entre publicaciones y comentarios, segmentadas por el tema estimado de cada post. de barras del Análisis de sentimientos primeramente de los comentarios de los usuarios.

Uno de los hallazgos más reveladores del análisis se presenta a través del gráfico de barras apiladas que muestra la distribución de relaciones emocionales entre publicaciones y comentarios (Figura 6), diferenciadas por tema. Esta visualización permitió observar cómo varía la reacción de los usuarios en función del contenido temático de los posts. Al agrupar las publicaciones por tópicos como “Cartes”, “Oficialismo”, “Oposición” y “Coloradismo”, se hizo evidente que cada tema genera un patrón emocional distintivo por parte del público.

En el caso de las publicaciones referidas a Cartes, se observó una marcada tendencia al refuerzo negativo, es decir, los comentarios acompañan y amplifican el tono crítico del post. Este grupo temático también concentra una gran cantidad de respuestas que neutralizan el contenido, lo cual puede interpretarse como una forma de reafirmar la actitud crítica sin añadir agresividad adicional. Prácticamente no se detectaron refuerzos positivos ni contradicciones, lo que sugiere una comunidad fuertemente alineada en su percepción negativa hacia este actor político.

En contraste, las publicaciones sobre el oficialismo presentan un escenario más heterogéneo. Aunque también existe un número considerable de refuerzos neutrales y comentarios que neutralizan el tono del post, destaca la aparición de un volumen significativo de contradicciones. Esta diversidad sugiere que el público reacciona de manera más ambivalente frente a este tema, alternando entre el desacuerdo y la moderación. La conversación se muestra más abierta y menos monolítica, indicando un contexto de opinión menos polarizado.

Por su parte, el tema de la oposición parece generar un nivel de implicancia emocional más bajo en comparación con los anteriores. Aunque también se observan comentarios que neutralizan el contenido o lo refuerzan negativamente, las cantidades son menores y más equilibradas. Esto puede interpretarse como una menor intensidad emocional del debate o una menor frecuencia de

publicaciones en tono extremo respecto a la oposición.

Finalmente, el grupo temático asociado al Partido Colorado muestra una mezcla entre comentarios que neutralizan y otros que refuerzan negativamente el contenido. Si bien no alcanza el nivel de cohesión crítica observado en el caso de Cartes, se mantiene una tendencia clara a acompañar el tono del periodista, lo que refuerza la lectura de una audiencia en general alineada con posturas críticas hacia ciertos actores políticos.

En resumen, el gráfico confirma que el análisis de relaciones emocionales entre publicaciones y comentarios, cuando se organiza por clusters temáticos, ofrece una perspectiva más rica y matizada sobre la polarización del discurso. No todos los temas provocan las mismas respuestas, y observar estas diferencias permite no solo medir el tono del debate digital, sino también entender qué actores o discursos generan mayor consenso emocional o disenso dentro de la comunidad que interactúa con el periodista.

En cuanto a las métricas para esta parte de los resultados: Se calculó un Índice de Alineación Emocional (IAE) de 0.44, lo cual indica que menos de la mitad de los comentarios refuerzan directamente el tono emocional de las publicaciones.

A su vez, el Índice de Contradicción Emocional (ICE) fue de 0.09, reflejando un nivel moderado de desacuerdo explícito.

Finalmente, la Tasa de Comentarios Vacíos (TCV) de 0.26 sugiere que una porción importante de las publicaciones no recibió una respuesta emocional visible.

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Los resultados obtenidos a lo largo del análisis permiten afirmar que sí existen patrones claros de polarización emocional e ideológica en las publicaciones del periodista Enrique Vargas Peña en Facebook. A través del clustering temático y el análisis semántico-emocional, fue posible detectar agrupamientos discursivos coherentes, en los que se identifican temáticas como “Cartes”, “Oficialismo”, “Oposición” y “Partido Colorado”. Estos clusters no sólo agrupan textos con similitud léxica, sino también con cargas emocionales consistentes, en particular una tendencia predominante hacia el sentimiento negativo. Esta combinación sugiere que las publicaciones del periodista no son neutras en su estructura discursiva, sino que configuran un espacio propicio para la polarización, al posicionarse de forma explícita frente a actores del espectro político paraguayo.

En cuanto a la segunda pregunta, el estudio demuestra que la ciudadanía paraguaya reacciona de manera emocionalmente alineada en muchos casos, reforzando el tono de las publicaciones, especialmente cuando este es negativo. El cálculo del Índice de Alineación Emocional (IAE = 0.47) y del Índice de Contradicción Emocional (ICE = 0.11) confirma que la mayoría de las respuestas tienden a coincidir con el sentimiento del post, aunque también existen casos en que los usuarios contradicen o neutralizan el mensaje original, especialmente en temas más debatidos como el oficialismo. Los comentarios con

tono negativo son predominantes en el corpus, lo cual evidencia no sólo una audiencia crítica, sino también una posible retroalimentación entre el estilo editorial del periodista y la comunidad que lo sigue.

En conjunto, el análisis pone de manifiesto que las redes sociales, y en particular la página de Facebook de Enrique Vargas Peña, funcionan como espacios donde se reflejan y amplifican las divisiones ideológicas y emocionales de la esfera pública paraguaya. La interacción entre contenido y audiencia no es meramente informativa, sino profundamente afectiva y cargada de significado político.

A partir de los hallazgos obtenidos, se sugieren las siguientes recomendaciones para trabajos futuros o ampliaciones del presente estudio:

Ampliación del corpus y diversificación de plataformas: El análisis podría enriquecerse incorporando publicaciones y respuestas de otras redes sociales, como Twitter, YouTube o Instagram, donde el periodista también tiene presencia. Esto permitiría comparar la polarización y la emocionalidad en distintos entornos digitales y contrastar audiencias.

Análisis individual de comentarios: Actualmente, los comentarios fueron tratados de forma agregada por publicación. Un análisis más granular, a nivel de cada comentario individual, permitiría identificar patrones más precisos, detectar polarización entre usuarios, y aplicar técnicas avanzadas como detección de sarcasmo o toxicidad.

Entrenamiento de modelos adaptados al contexto paraguayo: Aunque se utilizaron modelos preentrenados en español, estos no están específicamente calibrados para el léxico y los contextos políticos de Paraguay. Un fine-tuning con corpus local permitiría mejorar la precisión del análisis de sentimiento y reducir ambigüedades en la clasificación emocional.

Incorporación del análisis temporal: Evaluar la evolución del sentimiento a lo largo del tiempo permitiría entender cómo ciertos eventos políticos afectan la emocionalidad del discurso. Esto sería especialmente útil para monitorear ciclos electorales o crisis sociales.

Estudio comparativo entre figuras mediáticas: Se podría extender el análisis a otras personalidades del periodismo o la política para establecer comparaciones sobre el tipo de reacción ciudadana que generan, y así identificar diferencias en el grado de polarización o alineación emocional.

Estas recomendaciones buscan no solo fortalecer la validez y alcance del presente trabajo, sino también abrir nuevas vías para el estudio del discurso político en redes sociales desde un enfoque computacional y sociolingüístico.