

Natalia Wiśniewska

Akademia Techniczno-Humanistyczna w Bielsku-Białej

ORCID: 0000-0001-7860-7062

EL CONCEPTO DE CAMBIO EN EL DISCURSO POLÍTICO EN TWITTER: EL CASO DE CIUDADANOS DURANTE LAS ELECCIONES GENERALES DE 2016

1. Introducción

El avance tecnológico con el que tenemos contacto constante se observa en todas las esferas de nuestra vida. Asimismo, es imprescindible señalar que lo que antes se usaba solamente para fines específicos y por las personas especializadas, ahora todos tenemos en las manos. La red se ha convertido en los últimos años en un elemento importante también de la esfera pública, ya que, en paralelo al uso individual, observamos un aumento muy notable del uso de la red en los gobiernos [Pulido Polo, Hernández Santaolalla y Lozano González 2021], la administración pública [Salazar Puerta y Prieto Dávila 2015] o las instituciones de distinta índole [Rizz 2020]. De la misma manera, el fenómeno de Internet entra en el mundo político, dado que las plataformas digitales les permiten a los políticos contactar rápidamente con los ciudadanos e informarles de todo lo que es importante para la sociedad. Así, la red es una de las herramientas que los políticos utilizan para presentarse de manera atractiva y para atraer el interés de la gente, lo que pueden confirmar las investigaciones de Silmovich [2021] o Pérez Curiel, Jiménez Marín y Pulido Polo [2021], por mencionar solamente algunas de las últimas.

Asimismo, observamos —especialmente en la época de las elecciones— que los partidos políticos se sirven de varios mecanismos para transmitir sus mensajes a los votantes y, por ende, obtener un buen resultado [Luque Ortiz y Cano Alarcón 2021]. En el presente trabajo nos centramos en el análisis del léxico evaluativo utilizado en el discurso político sobre la *colaboración*, tomando en consideración el contexto digital en el que aparecen. En nuestro estudio nos basamos en las propuestas de la teoría

de la argumentación en la lengua de Anscombe y Ducrot [1994], enriquecida por los trabajos de Fuentes Rodríguez y Alcaide Lara [2007] y Portolés [2001], y en la tipología del lenguaje evaluativo de Puzynina [1992].

Creemos que, aunque el discurso político se estudia en varios ámbitos desde hace años, el desarrollo tecnológico y los cambios socioeconómicos vertiginosos requieren una alerta constante también de los lingüistas. Además, a pesar de todas las cuestiones relacionadas con la Web 4.0 o 5.0, es la lengua que sigue siendo el mecanismo del contacto entre los usuarios de las redes sociales. Por tanto, nuestro análisis se basa en los mensajes publicados por Ciudadanos en Twitter antes de las Elecciones generales de 2016, es decir, desde el 1 hasta el 25 de junio, lo que abarca la precampaña y la campaña electoral.

2 Política en las redes sociales

Como es bien sabido el discurso político que pretendemos analizar no se organiza nunca en vacío; por lo tanto, nos parece imprescindible caracterizar en pocas palabras el contexto de la comunicación actual en las redes sociales.

El desarrollo de la red ha hecho que no podemos poner el signo de igualdad entre lo tradicional y lo más reciente, puesto que en la nueva realidad se requiere de la gente mucho más diálogo y proactividad. Pano Alamán y Moya Muñoz [2016] destacan que en la esfera pública que existe en Internet se está cambiando el modelo de comunicación que antes se basaba en los principios del telégrafo: un emisor enviaba un mensaje a un receptor con la esperanza de influirle.

Si nos centramos en la actualidad, los políticos –entrando en Internet– deberían darse cuenta de los cambios que ha vivido la red en los últimos años [Pano Alamán y Moya Muñoz 2016]. Por un lado, es un mundo diferente de lo que conocen del pasado –conquistado por la gente joven que sabe manejar perfectamente las nuevas tecnologías– y, por otro, ahora son los principios establecidos por la Web 4.0 o incluso por la 5.0 que guían las relaciones entre los usuarios [Sarnowski 2017].

En lo que atañe a los receptores, de Aguilera Moyano y Casero Ripollés [2018: 4-7] subrayan que estos ya tienen posibilidad no solamente de acceder a todo tipo de mensajes, sino también de ignorarlos. Así, los políticos deberían ser conscientes de que los internautas esperan que el contacto entre el emisor y cada uno de los receptores sea mucho más directo y personal de lo normal.

Asimismo, es patente notar –como destacan Mancera Rueda y Pano Alamán [2013: 55-62]– que la plataforma Twitter se caracteriza por ser una herramienta de publicación adaptada a las particularidades del nuevo discurso público mediado por las redes sociales. En general, se trata de los mensajes que son: muy breves¹,

¹ Hasta el año 2017 los usuarios de Twitter pudieron colgar los mensajes solamente de 140 caracteres [Jiménez Cano 2017].

fragmentarios, difundidos a gran velocidad y con potencial para extenderse exponencialmente, a través de dinámicas de recomendación [Wiśniewska, 2018: 185]. Por tanto, el carácter interactivo y la facilidad del uso de la plataforma se inscriben perfectamente en un modelo que permite al público participar en el debate: sea como un emisor, sea como un receptor. Todo esto se ha confirmado hasta ahora en los trabajos de Mancera Rueda y Pano Alamán [2013], Padilla Herrada [2015] o Chaves Montero, Relinque Medina, Fernández Borrero [2020], entre otros.

Como hemos demostrado, las nuevas tecnologías, que se desarrollan constantemente, han tenido un visible impacto en el modelo de comunicación que hoy día estriba en distintas plataformas o redes sociales creadas para unos propósitos específicos, sea personales, sea profesionales. Por ende, cualquier persona que comience a actuar en la red, tanto en el nivel de las relaciones cotidianas con los amigos o familiares, como con el objetivo de convertirse en una persona pública, debe recordar que todos los internautas tienen posibilidad de contestar a lo que se cuelga en Internet, aunque sea negativo.

3 Mecanismos lingüísticos de la argumentación

Como ya hemos mencionado al principio, el objetivo del presente trabajo es ofrecer un breve análisis del discurso político digital sobre el concepto de *colaboración*. Nuestro estudio se inscribe dentro de la teoría de la argumentación en la lengua de Anscombe y Ducrot [1994], desarrollada por Portolés [1998, 2004] y Zorraquino y Portolés [1999], entre otros. En cuanto al nivel axiológico, nos basamos, sobre todo, en la clasificación propuesta por la lingüista polaca, Puzynina [1992, 1997], que se estudiará junto con los operadores argumentativos [Fuentes Rodríguez 2000; Fuentes Rodríguez y Alcaide Lara 2007] y los conectores del discurso [Portolés 1998, 2004].

Si nos referimos a los operadores, cabe mencionar que el concepto, según Anscombe y Ducrot [1994], se relaciona estrechamente con las nociones de fuerza y de orientación argumentativas que nos guían de alguna manera a la hora de sacar las conclusiones de uno u otro argumento. De tal manera, se entienden como morfemas que, aplicados a un enunciado, pueden cambiar el potencial argumentativo de su contenido [Escandell Vidal 2007: 99]. Martín Zorraquino y Portolés [1999] los definen como elementos que «condicionan las posibilidades argumentativas del miembro del discurso en el que se incluyen, pero sin relacionarlo con otro miembro anterior» [p. 4139].

No obstante, Fuentes Rodríguez y Alcaide Lara [2007: 64-66] subrayan que la fuerza argumentativa se confirma no solamente por medio de los operadores típicamente argumentativos, sino también a través de otros elementos, como, los operadores enunciativos o modales (*por supuesto*), los operadores escalares o cuan-

tificadores (*maravillosamente, terriblemente*), los elementos que indican preferencia en la escala (*sobre todo*) o los que atenúan lo dicho (*de alguna manera*).

Asimismo, según las autoras [ibid.: 26-30], la fuerza argumentativa depende no solamente de los operadores mencionados, sino también de otros elementos lingüísticos: la acumulación, la repetición de expresiones y estructuras sintácticas, los elementos modales de reafirmación, los operadores específicos que pueden señalar al mismo tiempo la orientación, la suficiencia y la fuerza argumentativa, y el léxico en sí mismo.

Por lo que se refiere al último elemento, la tipología propuesta por Puzynina [1992, 1997] distingue los medios que encierran la evaluación de dos tipos: los medios paralingüísticos y lingüísticos. Al primer grupo pertenecen los elementos fónicos o entonación, mientras que los elementos lingüísticos se categorizan como elementos flexivos, sintácticos, de formación de palabras, léxicos o tropos estilísticos (metáfora, comparaciones o ironía) [ibid. 1992].

Puzynina [ibid.] sostiene que el léxico es el recurso primordial de valoración y divide las palabras en dos tipos: por un lado, existen palabras que evalúan de forma primaria, y, por otro, las que lo hacen de forma secundaria. En el primer grupo hay vocablos que manifiestan la evaluación directamente: sustantivos, adjetivos o adverbios. Algunos de ellos encierran elementos que indican la intensidad (*estupendo, horroroso*). Además, pueden marcar valores que se vinculan estrechamente a la religión o la moralidad. En cambio, si se trata de la evaluación secundaria, nos hallamos ante una fusión de elementos evaluativos y descriptivos. En este caso, el factor evaluativo o existe en la definición o se manifiesta a través de un contexto dado. Asimismo, habría que destacar que las connotaciones positivas o negativas de una u otra palabra dependen de la cultura en la que se utilizan.

Otros de los mecanismos sintácticos de la argumentación son los conectores argumentativos. Aunque en el presente trabajo no se estudian detalladamente, nos parece importante presentarlos de modo básico, ya que en algunos casos influyen visiblemente en el mensaje.

En palabras de Escandell Vidal [2007: 100] los conectores argumentativos, a diferencia de los operadores, se entienden como morfemas (adverbios, locuciones, conjunciones subordinantes o coordinantes, etc.) que conexionan dos o más enunciados que participan en una estrategia argumentativa. Portolés [1993: 144] y Martín Zorraquino y Portolés [1999: 4093] destacan que se trata de las instrucciones que guían las inferencias que debemos sacar del conjunto de los dos miembros relacionados.

Aunque la categorización de los conectores puede realizarse a partir de varios criterios, en el presente trabajo optamos por la clasificación según su significado [Martín Zorraquino y Portolés 1999: 4093; Portolés 2001: 143]: (1) los conectores aditivos que marcan la misma orientación argumentativa, (2) los conectores consecutivos que presentan el miembro del discurso en el que aparecen como una

consecuencia de un elemento anterior y, finalmente, (3) los conectores contraargumentativos.

Al último grupo pertenece el conector contraargumentativo *pero* que, en opinión de Portolés [2004: 267], en algunas situaciones no se vincula a la antioorientación del segundo miembro, sino al concepto de *suficiencia argumentativa* según el cual, dentro de una escala, un predicado puede no ser lo suficientemente fuerte para llegar a la conclusión deseada. De tal manera, observamos que el uso del conector *pero* estriba en la necesidad de reforzar el argumento, de añadir algo más, para que sea suficiente.

4 Metodología

Para el presente análisis hemos escogido el discurso político utilizado en las redes sociales, en concreto el de Twitter. Debido a las particularidades de la plataforma y su uso frecuente entre los políticos, la consideramos como un espacio bien preparado para la comunicación en el ámbito político, sea entre los miembros del partido, sea entre los políticos y sus votantes.

Por lo que se refiere al partido elegido, nos gustaría subrayar que tal selección se relaciona con los cambios políticos que han tenido lugar en España. Nos hemos decidido por uno de los partidos considerados más jóvenes en 2016, perteneciente a la llamada nueva política², es decir, Ciudadanos. En este caso, tal decisión viene confirmada también por el uso activo de las redes sociales, tanto en el perfil oficial general del partido, como en los perfiles oficiales de algunos de sus miembros.

En primer lugar, se han recopilado 1975 mensajes colgados en la cuenta oficial del partido que corresponden a la época de precampaña y campaña electoral de 2016, es decir, del 1 al 25 de junio de 2016. Cabe subrayar que la selección del material se ha hecho de forma manual, lo que nos ha permitido omitir todos los tuits informativos o gráficos que no llevaban ningún mensaje escrito.

En segundo lugar, hemos pasado a la clasificación temática del corpus, concentrándonos sobre todo en el tema de *colaboración*, al que pertenecían cuestiones tales como: acuerdo, pacto, debate y diálogo³. También en este caso hemos optado por la clasificación manual, puesto que creemos que la primera lectura de los ejemplos ya nos puede servir a conocer mejor el contexto general de la situación.

² Siguiendo a la prensa española [Tortella 2018], entendemos la nueva política como los partidos nuevos, recién nacidos, que salen de lo conocido tradicionalmente, es decir, del Partido Popular y del Partido Socialista Obrero Español. No obstante, debemos recordar que la cuestión es mucho más compleja, dado que el término fue utilizado por primera vez por Ortega y Gasset ya en 1915 [ibid.]. Es más, para algunos la oposición entre lo viejo y lo nuevo no es nada novedosa, porque se trata simplemente de los cambios que se llevan a cabo desde hace ya algunos tiempos [Mauri 2018].

³ El partido aprovecha también en su discurso el concepto de *cambio* o *colaboración* en el contexto de cambios [Wiśniewska 2020].

Finalmente, hemos pasado al análisis de corte cualitativo, focalizándolo en la tipología del lenguaje evaluativo propuesta por Puzynina. La búsqueda de los ejemplos se ha hecho de manera manual, lo que nos ha ayudado a evitar los malentendidos que, en algunos casos, pudieran relacionarse con la multifuncionalidad de las unidades estudiadas.

5 Resultados

Por lo que se refiere al nivel axiológico, en primer lugar, analizamos algunos de los ejemplos que directamente aluden a la colaboración utilizando la palabra *acuerdo*. En los ejemplos (1-9) entendemos el término, según lo expone Puzynina [1992], como la evaluación secundaria que se manifiesta a través de un contexto dado⁴. Notamos que, en palabras de los políticos, el *acuerdo* es hoy en día un elemento imprescindible para la política española. No obstante, en cada uno de los ejemplos el partido se refiere también a otros problemas y se aprovecha de otros mecanismos lingüísticos:

- (1) @CiudadanosCs 1 jun. 2016 .@MGutierrezCs “C’s ha demostrado que es un partido que dialoga, debate e intenta llegar a acuerdos” @InformativosTM

El primer ejemplo muestra que, junto al término *acuerdo* –que se menciona directamente– aparecen también otros conceptos que, a nuestro modo de ver, pueden inscribirse en la misma línea argumentativa, es decir, *debate* y *diálogo*, que consideramos muy importantes en cada tipo de colaboración. Asimismo, en este mensaje nos hallamos ante la acumulación de los argumentos que, según Fuentes Rodríguez y Alcaide Lara [2007: 26-30], permiten avanzar la información. De tal manera, el emisor se asegura que la fuerza argumentativa es lo suficientemente alta para llegar a los posibles votantes y, probablemente, convencerlos del programa de Ciudadanos. En este caso, como lo señala también Fuentes Rodríguez [2019], la imagen del grupo endógeno se construye alrededor de lo positivo.

En lo que atañe a los ejemplos (2-5), el concepto del *acuerdo* se utiliza en los argumentos que aprovechan también el operador *sólo*. Por lo general, el operador marca la insuficiencia argumentativa [Fuentes Rodríguez y Alcaide Lara 2007: 64]. Tal uso observamos, sobre todo en el ejemplo (2), en el que el emisor subraya que dos partidos políticos no son capaces de formar el gobierno:

- (2) @CiudadanosCs 2 jun. 2016 .@GirautaOficial “En estos meses, solo dos partidos hemos hecho el esfuerzo de lograr un acuerdo de Gobierno” @24horas_rne

⁴ Aunque no nos adentramos en la cuestión del contexto específico, en este artículo lo comprendemos como los cambios en la escena política española, la falta de la mayoría absoluta en el Parlamento y, por lo tanto, la imposibilidad de crear un gobierno estable después de las Elecciones generales de 2015.

No obstante, a nuestro modo de ver, en los ejemplos (3-5) se utiliza *sólo* con valor condicional. En los ejemplos (3) y (4) se marca la condición única, mientras que en el ejemplo (5) nos hallamos ante la condición excepcional [Montolío Durán 1999]. De tal manera, los políticos destacan la necesidad de pactos y acuerdos, subrayando que no se necesita mucho para lograrlo:

- (3) @CiudadanosCs 5 jun. 2016 .@Albert_Rivera “Nosotros estamos orgullosos de poder llegar a acuerdos, porque solo con el diálogo vamos a tener gobierno” #PartidoDeVuelta
- (4) @CiudadanosCs 13 jun. 2016 .@Albert_Rivera “No quiero acuerdos para que todo siga igual, solo quiero acuerdos si hay cambios” #debate13J
- (5) @CiudadanosCs 5 jun. 2016 .@MarcialGoBal “Es tiempo de acuerdo, de cambio. Solo si dejamos los intereses partidistas podremos avanzar” #CórdobaNaranja

En lo que atañe a otros elementos axiológicos, otra vez aparece el concepto del *diálogo* que, como en el caso anterior, se inscribe en la misma línea argumentativa. Los emisores utilizan también las palabras como, *cambio* o *avanzar*, que –en el contexto de la situación política en 2016– presentan la evaluación secundaria positiva. En cambio, en el ejemplo (5) el léxico que marca la evaluación queda en la expresión *dejar los intereses partidistas*, lo que puede calificarse como negativo.

Los siguientes ejemplos, (6) y (7), se pueden considerar como irrefutables, ya que tanto en palabras de Albert Rivera, como en los de José Manuel Villegas, se aplica el elemento modal de reafirmación *claro* que presenta lo dicho como algo conocido por el receptor y, por tanto, como un saber admitido [Fuentes Rodríguez y Alcaide Lara 2007: 29]:

- (6) @CiudadanosCs 13 jun. 2016 .@CiudadanoVille “Está claro que tras el #26J los acuerdos serán necesarios y C’s ha demostrado su capacidad de diálogo” en @HoyPorHoy
- (7) @CiudadanosCs 13 jun. 2016 .@Albert_Rivera “Claro que habrá acuerdos. La pregunta no es con quién, sino para qué” #Debate13J

Además, en el ejemplo (7) observamos también el uso del conector contraargumentativo *sino* que, generalmente, corrige en el segundo argumento algún aspecto que aparece en el primero [Montolío Durán 2001: 49]. De esta forma, vemos que lo más importante para el partido es la finalidad de la colaboración con otros.

En los dos últimos ejemplos donde analizamos el concepto de *acuerdo* los políticos utilizan el conector contraargumentativo *pero* que, en la mayoría de los casos, actúa «como supresor o atenuador de alguna conclusión que se pudiera obtener del primero» [Martín Zorraquino y Portolés 1999: 4109]. Tal uso aparece en el ejemplo (8), en el que Fernando de Páramo se refiere a la imposibilidad de formar un gobierno después de las Elecciones generales de 2015:

- (8) @CiudadanosCs 6 jun. 2016 .@ferdeparamo “Nosotros quisimos desbloquear la situación e intentar llegar a un acuerdo, pero desgraciadamente no fue posible” #TATMitinCs

En cambio, si analizamos el ejemplo (9), observamos que el conector *pero* se utiliza no para anular la primera parte del mensaje, sino para añadir otro argu-

mento. En otras palabras, es el ejemplo donde el conector contraargumentativo aparece para marcar la suficiencia argumentativa [Portolés 2004]:

- (9) @CiudadanosCs 22 jun. 2016 .@Albert_Rivera “C’s es elemento de cambio, pero a diferencia de otros, sabemos ponernos de acuerdo y darnos la mano” #ActualidadCs

El vocabulario axiológico que se usa en los últimos ejemplos gira en torno a la colaboración: *llegar a un acuerdo, ponernos de acuerdo, darnos la mano*. Aparece también el verbo *desbloquear* que, igualmente como en el caso de otras palabras, se entiende de manera positiva tomando en consideración el contexto político. De tal manera, siguiendo a Puzynina [1992], clasificamos el léxico mencionado como ejemplos de evaluación secundaria que depende del contexto.

Si repasamos otros mensajes donde la argumentación se organiza alrededor del conector contraargumentativo *pero*, aunque esta vez no se refieren explícitamente al *acuerdo*, en el ejemplo (10) notamos otro uso prototípico del conector. Fernando de Páramo hace patente que la actitud abierta de Ciudadanos después de las Elecciones generales de 2015 no tuvo éxito, puesto que algunos de los políticos no pensaban en reformas, sino en sillones. En el nivel evaluativo, la expresión *tender la mano a alguien* en el contexto político de 2016 se entiende como evaluación secundaria positiva, mientras que *pensar en sillones*, aplicado a los partidos que –en opinión de Ciudadanos– no permitieron llegar a ningún acuerdo, ya presenta la evaluación secundaria negativa.

- (10) @CiudadanosCs 6 jun. 2016 .@ferdeparamo “C’s ha tendido la mano a todos los partidos, pero algunos han pensado más en las sillas que en las reformas” #TATMitinCs

- (11) @CiudadanosCs 5 jun. 2016 .@Albert_Rivera “Nosotros también queremos cambio, pero cuadrando las cuentas, dialogando con el resto de fuerzas,...” #PartidoDeVuelta

Asimismo, nos parece interesante también el ejemplo (12), en el que Albert Rivera ya no se refiere solamente al acuerdo puramente político entre los partidos, sino que subraya la necesidad de colaboración en términos más generales: entre los españoles. De tal manera, el conector contraargumentativo *pero* aparece en el mensaje con su finalidad primordial, es decir, cambia la orientación argumentativa de todo el mensaje, ya que la segunda parte del ejemplo tiene más fuerza argumentativa. El emisor, utilizando la expresión *darse la mano* y el adjetivo *imparable* –que marcan la evaluación secundaria positiva a base del contexto–, muestra a los seguidores que la colaboración es importante, no solamente entre los políticos.

- (12) @CiudadanosCs 19 jun. 2016 .@Albert_Rivera “Los españoles, cuando nos dividimos, somos frágiles; pero si nos damos la mano somos imparables”

Por lo que se refiere al léxico evaluativo que Puzynina [1992] califica como las palabras que evalúan de forma primaria, en primer lugar notamos el uso bastante frecuente de los adjetivos *bueno* y *mejor*. De tal manera, observamos directamente

que en los ejemplos (13-15), (17-18) y (22-23) los políticos hablan de un cambio que para los españoles puede resultar positivo. Es imprescindible señalar que los emisores utilizan el *hashtag* #Cambioamejor, lo que les ayuda a los usuarios a encontrar todos los mensajes relacionados con el mismo tema⁵.

(13) @CiudadanosCs 3 jun. 2016 .@CiudadanoVille “Los debates electorales son una buena fórmula para dar a conocer los programas a la ciudadanía” #SuperviernesAR

No obstante, en los siguientes ejemplos se utiliza también otro léxico evaluativo. Por tanto, en el mensaje (14) podemos notar que, por un lado, el emisor opta otra vez por el concepto del *diálogo* en sentido de palabra que transmite el valor de modo secundario, dependiendo del contexto, y, por otra, que se sirve del adjetivo *sensato* que, a nuestro modo de ver, pertenece a las palabras evaluativas de forma primaria.

(14) Ciudadanos@CiudadanosCs 3 jun. 2016 .@CiudadanoVille “En C’s proponemos dialogar para un cambio sensato, un #CambioMejor “ #SuperviernesAR

De la misma manera, el léxico evaluativo secundario aparece también en los ejemplos (15) y (16), en los que –tanto en las palabras de Rodrigo Gómez García, como en las de Albert Rivera– se hallan los adjetivos *juntos* y *unidos*, que adquieren el valor positivo a través del contexto en el que están anclados. Asimismo, cabe señalar que, aunque en el ejemplo (16) el emisor se refiere a la situación política de Gran Bretaña, transmite los valores positivos respecto la colaboración en general, lo que puede presentar la solución de algunos problemas también en España.

(15) @CiudadanosCs 22 jun. 2016 .@RodrigoGomGar “Tenemos que trabajar juntos y unidos para un #CambioMejor” #ZaragozaNaranja

(16) @CiudadanosCs 22 jun. 2016 .@Albert_Rivera “Deseo y espero que mañana los británicos elijan la mejor decisión, que es mantenerse unidos” #JuntosSomosImparables

Otro de los ejemplos del lenguaje evaluativo del segundo tipo es el vocablo *garantía* que se utiliza en los ejemplos (17-19). De acuerdo con las reglas señaladas por Puzynina [1992, 1997], puede resultar muy difícil marcar directamente si el valor axiológico se construye a base de la definición o del contexto, ya que –según el Diccionario RAE en línea– la palabra tiene cinco definiciones. Por tanto, a nuestro modo de ver el caso de *garantía* puede ser una fusión de dos tipos del vocabulario evaluativo, donde es el contexto que señala al receptor qué definición del diccionario será la más apropiada. No obstante, debemos recordar, que la misma autora subraya la dificultad de distinguir claramente el léxico evaluativo del segundo tipo.

(17) Ciudadanos@CiudadanosCs 5 jun. 2016 .@Albert_Rivera “C’s es la garantía para que tengamos gobierno, tengamos acuerdo y un #CambioMejor” #CórdobaNaranja

(18) @CiudadanosCs 9 jun. 2016 .@InesArrimadas “Cuanta más fuerza tenga C’s, más garantías hay de acuerdo y un #CambioMejor en España” #9JElDebate

⁵ El *hashtag* o la etiqueta se utiliza para unir las conversaciones de distintos usuarios en una sola secuencia [Martínez Molera 2019].

- (19) @CiudadanosCs 5 jun. 2016 .@Albert_Rivera “C’s es la garantía de que haya acuerdos. Sin acuerdos no habrá cambio” #CórdobaNaranja

Asimismo, a la hora de analizar los ejemplos (17) y (18), cabe tomar en consideración la acumulación de los argumentos que, según Fuentes Rodríguez y Alcaide Lara [2007: 26-30] permiten avanzar la información. Así, el emisor asegura que la fuerza argumentativa es suficiente para poder convencer a los posibles votantes.

Por lo que se refiere a otros ejemplos donde los emisores utilizan el lenguaje evaluativo de forma primaria, en los mensajes (20) y (21) observamos que los políticos se sirven de las palabras *sensata* y *sensatez* que, como en el caso (14), presentan el valor directamente sin recurrir ni al contexto ni a la definición del diccionario. No obstante, en el ejemplo (20) aparece también el adjetivo *dialogante* que nos transmite valores positivos en este contexto dado.

- (20) @CiudadanosCs 16 jun. 2016 .@Albert_Rivera “Estamos haciendo una campaña que muestra la existencia de una tercería vía, sensata y dialogante” en @Juliaenlaonda

- (21) @CiudadanosCs 9 jun. 2016 .@InesArrimadas “En este país necesitamos acuerdos y necesitamos sensatez” #9JelDebate

El uso muy similar del sustantivo *consenso* se observa en los ejemplos (22) y (23), ya que, en el contexto de la imposibilidad de formar el gobierno después de las Elecciones generales de 2015, no se trata de una simple colaboración con otros, sino de un consenso que –en opinión del partido– permite resolver problemas de los españoles. De tal manera, la palabra *consenso* pertenece al lenguaje evaluativo que, según Puzynina [1992], depende de las circunstancias. Asimismo, en los mensajes aparecen otros vocablos, como *acuerdo*, *diálogo* o *mejor*, que se pueden entender como en los casos anteriores.

- (22) @CiudadanosCs 16 jun. 2016 .@MGutierrezCs “La clave del #CambioMejor está en regenerar la vida política española a través del consenso y el acuerdo” @LibertadFMradio

- (23) @CiudadanosCs 24 jun. 2016 .@Albert_Rivera “A partir de ahora, diálogo, consenso y #CambioMejor” #OrgullosNaranja

La cuestión de la nueva y la vieja política que ya hemos mencionado aparece también, aunque no directamente, en el mensaje (24). José Manuel Villegas utiliza el adjetivo *nueva* con referencia a la etapa, lo que –en nuestra opinión– transmite el valor axiológico positivo, especialmente en el contexto del surgimiento de nuevas voces políticas. Por tanto, de acuerdo con Puzynina [ibid.], el vocablo pertenece al léxico evaluativo secundario. La misma situación la podemos observar en cuanto al adjetivo *necesario* que, por un lado, tiene una lectura positiva en el contexto dado, y, por otro, coloca la cuestión de cambio y acuerdo en el puesto bastante alto en la escala argumentativa. Así, notamos que el partido argumenta a favor de lo nuevo y subraya que es lo necesario para la sociedad.

- (24) @CiudadanosCs 3 jun. 2016 .@CiudadanoVille “Nuestro slogan es ‘Tiempo de acuerdo, tiempo de cambio’. En esta nueva etapa ambas cosas son necesarias” #SuperviernesAR

El siguiente mensaje (25) se basa en la acumulación del vocabulario que puede despertar connotaciones positivas en los receptores: por un lado, las palabras como, *cambio, igualdad, unión, imparables*, son muestra del lenguaje que evalúa de forma secundaria, estribando en el contexto sociopolítico, y, por otro, el adjetivo *mejor* transmite los valores directamente, de forma primaria. Además, notamos, como en algunos casos anteriores, la acumulación de los argumentos que, según Fuentes Rodríguez y Alcaide Lara [2007: 26-30] permiten avanzar la información. Los emisores tratan de transmitir el mensaje con fuerza argumentativa suficiente, para que pueda influir en los posibles votantes.

(25) @CiudadanosCs 24 jun. 2016 A partir de ahora, cambio, igualdad y unión. Porque juntos somos imparables #CambioMejor #OrgulloNaranja

El último ejemplo que analizamos en el presente trabajo se basa en la transmisión de los valores negativos, ya que Albert Rivera se refiere al problema de la imposibilidad de formar el gobierno después de las Elecciones generales de 2015:

(26) @CiudadanosCs 1 jun. 2016 .@Albert_Rivera “En España hemos fracasado estos cuatro meses porque ha habido más egoísmo que sentido de Estado” #RiveraEnPE

El político opina que *hemos fracasado*, lo que –a nuestro parecer– se establece a través del vocabulario que evalúa de forma secundaria con la definición del verbo *fracasar*. Otra de las palabras que despiertan emociones negativas es *egoísmo*, que pertenece al mismo grupo de vocablos evaluativos. De esta manera, los receptores tienen una imagen negativa de la situación actual en España, lo que, en el contexto de otros mensajes del partido, debería resolverse a través de la colaboración.

6 Conclusiones

Si bien parcial y necesariamente limitado por razones de espacio, el presente estudio del discurso político sirve para ejemplificar y hacer más comprensible el lenguaje axiológico utilizado por los políticos en las redes sociales, especialmente en Twitter.

En el corpus analizado se observa la importancia del nivel contextual del mensaje transmitido a los posibles votantes. El estudio muestra que la mayoría de los ejemplos estriba en el vocabulario que transmite la evaluación de forma secundaria, ya que es el contexto sociopolítico que determina la lectura de muchos de los vocablos, como, *debate, acuerdo o llegar a un acuerdo*. Si tomamos en consideración el léxico que evalúa de forma primaria, el partido ha recurrido sobre todo a los adjetivos *mejor y bueno* que aparecen junto con el sustantivo *cambio*, también en forma del *hashtag* #Cambioamejor.

En términos generales, Ciudadanos ha aprovechado el léxico que transmite valores positivos, como, *mejor, sensato, unión o diálogo*. No obstante, la perspec-

tiva cambia en el último ejemplo, dado que Albert Rivera se refiere a la situación política actual utilizando palabras como *fracasar* o *egoísmo*.

En cuanto a otros mecanismos lingüísticos de argumentación que se han estudiado en nuestro análisis, hemos observado que su uso es bastante reducido. En primer lugar, el partido ha utilizado el operador *sólo* que, por un lado, ha marcado la insuficiencia argumentativa y, por otro, ha tenido el valor condicional. En segundo lugar, se observa que el elemento modal de reafirmación *claro* presenta lo dicho como algo conocido por el receptor y, por tanto, como un saber admitido [Fuentes Rodríguez y Alcaide Lara 2007: 29]. Por último, el único conector utilizado en el discurso analizado ha sido el conector contraargumentativo *pero* que se ha aplicado tanto en su sentido primordial, como para marcar la suficiencia argumentativa de varios argumentos que pueden llevarnos a la misma conclusión.

El léxico evaluativo que hemos estudiado y el uso bastante reducido de los operadores y conectores argumentativos se vincula, a nuestro parecer, a las características de Twitter, donde los usuarios en 2016 pudieron colgar los mensajes solamente de 140 caracteres como máximo. Creemos que este límite influyó notablemente en las decisiones de los emisores, que en sus discursos optaron, por un lado, por las palabras bastante cortas y, por otro, por los operadores y conectores argumentativos prototípicos.

Finalmente, en este breve análisis se han estudiado solamente algunos de los mensajes en los que Ciudadanos habla de la cuestión de colaboración, aunque el discurso digital del partido se puede investigar también desde otros puntos de vista. Así, un estudio más sistemático y profundo podría examinar no solamente el léxico evaluativo, los operadores y los conectores argumentativos, sino también las estructuras de otros niveles del discurso, como, los tópicos negativos/positivos acerca de Ellos/Nosotros o las metáforas y su carácter persuasivo. Asimismo, a base del presente estudio se puede llevar a cabo también el análisis comparativo, por un lado, del discurso político de otros partidos españoles, y por otro, del discurso de Ciudadanos en otras elecciones generales.

Referencias bibliográficas

- Anscombe, J. C., Ducrot, O., 1994, *La argumentación en la lengua*. Madrid.
- Azpitarte Sánchez, M., 2017, *La formación de Gobierno en el nuevo contexto multipartido*. *Crónica política y legislativa del año 2016*, „Revista Española de Derecho Constitucional”, nr 109, s. 187-214.
- Chaves Montero, A., Relinque Medina, F., Fernández Borrero, M. A., 2020, *Twitter, servicios sociales y participación social. Análisis del discurso político e interacciones ciudadanas*, „Estudios sobre el Mensaje Periodístico”, nr 26(4), s. 1371-1386.
- de Aguilera Moyano, M., Casero Ripollés, A., 2018, *¿Tecnologías para la transformación? Los medios sociales ante el cambio político y social*, „Revista ICONO14. Revista científica de Comunicación y Tecnologías emergentes”, nr 16(1), s. 1-21.

- Escandell Vidal, M. V., 2007, *Introducción a la pragmática*. Barcelona.
- Fuentes Rodríguez, C., 2000, *Lingüística pragmática y análisis del discurso*. Madrid.
- Fuentes Rodríguez, C., 2019, *La valoración como estrategia persuasiva: Comparación entre textos del franquismo y la "nueva política" española del siglo XXI*, „Estudios de Lingüística del Español”, nr 40, s. 117-151.
- Fuentes Rodríguez, C., Alcaide Lara, E. R., 2007. *La argumentación lingüística y sus medios de expresión*. Madrid.
- Jiménez Cano, R., 2017, *Twitter amplía el límite a 280 caracteres por mensaje*, „El País”, https://elpais.com/tecnologia/2017/09/26/actualidad/1506399545_718901.html [última consulta: 30.06.2021]
- Luque Ortiz, S., Cano Alarcón, M., 2021, *La violencia de género en Twitter según Vox en las elecciones autonómicas de Andalucía*, „Ámbitos. Revista Internacional De Comunicación”, nr 51, s. 116–133.
- Mancera Rueda, A., Pano Alamán, A., 2013, *Nuevas dinámicas discursivas en la comunicación política en Twitter*, „Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación”, nr 56, s. 53-80.
- Martín Zorraquino, M. A., Portolés, J., 1999, *Los marcadores del discurso* [en:] *Gramática descriptiva de la lengua española*, vol. 3 eds. I. Bosque, V. Demonte, Madrid, s. 4051-4213.
- Mauri, L., 2018, *La nueva vieja política*, „El Periódico”, <https://www.elperiodico.com/es/opinion/20180211/la-nueva-vieja-politica-articulo-luis-mauri-cambio-nombre-podemos-6617202> [última consulta: 30.06.2021]
- Montolio Durán, E., 1999, *Las construcciones condicionales* [en:] *Gramática descriptiva de la lengua española*, vol. 3 eds. I. Bosque, V. Demonte, Madrid, s. 3643-3738.
- Montolio Durán, E., 2001, *Conectores de la lengua escrita: Contraargumentativos, consecutivos, aditivos y organizadores de la información*. Barcelona.
- Pano Alamán, A., Moya Muñoz, P., 2016, *Una aproximación a los estudios sobre el discurso mediado por ordenador en lengua Española*, „Tonos digital”, nr 30, s. 1-30.
- Padilla Herrada, M. S., 2015, *La argumentación política en Twitter*, „Discurso y Sociedad”, nr 9(4), s. 419-444.
- Pérez Curiel, C., Jiménez Marín, G., Pulido Polo, M., 2021, *Corrupción política, liderazgo e influencia en Twitter. Un análisis sobre la transparencia pública en el marco de las elecciones del 28 de abril en España*, „Revista Mediterránea de Comunicación/Mediterranean Journal of Communication”, nr 12(2).
- Portolés, J., 1993, *La distinción entre los conectores y otros marcadores del discurso en español*, „Verba: Anuario galego de filoloxia”, nr 20, s. 141-170.
- Portolés, J., 1998, *El concepto de suficiencia argumentativa*, „Signo y seña”, nr 9, s. 199-224.
- Portolés, J., 2001, *Marcadores del discurso*. Barcelona.
- Portolés, J., 2004, *Pragmática para hispanistas*. Madrid.
- Pulido Polo, M., Hernández Santaolalla, V., Lozano González, A. A., 2021, *Uso institucional de Twitter para combatir la infodemia causada por la crisis sanitaria de la Covid-19*, „Profesional De La Información”, nr 30(1).
- Puzynina, J., 1992, *Język wartości*. Warszawa.
- Puzynina, J., 1997, *Słowo-wartość-kultura*. Lublin.
- Rizzo, M. F., 2020, *El discurso normativo de la RAE en Twitter*, „Revista De Investigación Lingüística”, nr 22, s. 425-450.
- Salazar, S., Prieto, P. R., 2015, *Gestión y administración de la comunicación institucional en Twitter*, „Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social Disertaciones”, nr 8(1), s. 11-26.
- Sarnowski, L., 2017, *Od Internetu Web 1.0 do Internetu Web 4.0 – ewolucja form przestrzeni komunikacyjnych w globalnej sieci*, „Rozprawy społeczne”, nr 11(1), s. 32-39.

- Silmovich, A., 2021, *Pandemia global y política mediatizada. La comunicación presidencial argentina y sus repercusiones en Twitter en el primer semestre 2020*, „Comunicación y hombre: revista interdisciplinaria de ciencias de la comunicación y humanidades”, nr 17, s. 85-102.
- Tortella, G., 2018, *Vieja y nueva política*, „El Mundo”. <https://www.elmundo.es/opinion/2018/08/08/5b6973fae2704ea61e8b4610.html> [última consulta: 10.12.2021]
- Wiśniewska, N., 2018, *Espacios mentales en la creación de la autoimagen positiva de los partidos políticos: el caso de Ciudadanos*, „Estudios interlingüísticos”, nr 6, s. 183-202.
- Wiśniewska, N., 2020, *El concepto de cambio en la autoimagen de Ciudadanos en el discurso político en Twitter* [en:] *Język. Tożsamość. Wychowanie III*, red. K. Feruga, A. Ostrowska-Knapik, Bielsko-Biała, s. 139-148.

THE CONCEPT OF CHANGE IN POLITICAL DISCOURSE ON TWITTER: THE CASE OF CIUDADANOS DURING THE 2016 GENERAL ELECTION

Summary

Spanish political discourse has already been studied in numerous investigations from different linguistic perspectives, but it continues to be an area that arouses interest among linguists. Therefore, the objective of this work is to analyze the political discourse carried out by the Spanish party Ciudadanos on Twitter. In particular, we aim to find out how some of the linguistic argumentation mechanisms were used before the 2016 General Elections in Spain. Specifically, we will focus on analyzing evaluative language, operators, and argumentative connectors, considering the concepts of argumentation theory in language (Anscombe and Ducrot, 1994; Portolés 1998, 2001, 2004; Fuentes Rodríguez and Alcaide Lara, 2007) and the typology of axiological language (Puzynina 1992).

Key words: Argumentation; evaluative language; argumentative operators; argumentative connectors; social networks.