

Trabajo de Fin de Grado

DOBLE TITULACIÓN DE GRADO EN TRADUCCIÓN E
INTERPRETACIÓN INGLÉS-ALEMÁN E INGLÉS-FRANCÉS

El español del debate ideológico

Un análisis de las redes sociales

Daniel González Luis

Curso académico 2019/2020

Tutora: Marina Díaz Peralta

Resumen

Este análisis tendrá como finalidad comprobar cuáles son los recursos cognitivos y pragmáticos más comúnmente empleados en las discusiones de carácter ideológico en las redes sociales mediante el estudio de comentarios que expresan conflicto ideológico publicados por usuarios hispanohablantes en determinadas redes sociales (Facebook, Instagram y Twitter). La identificación y explicación de estos recursos demostrará por qué estos reflejan que los debates ideológicos en las redes sociales son un contexto comunicativo que propicia usos de la lengua que resultan interesantes desde un punto de vista pragmático, cognitivo y sociocognitivo.

Palabras clave

Ideología, redes sociales, comentarios, debate ideológico, pragmática, lingüística cognitiva, Instagram, Twitter, Facebook.

Abstract

The purpose of this analysis will be to verify which cognitive and pragmatic devices are most commonly used in ideological debates on social networks through the study of comments related to ideological confrontation published by Spanish-speaking users in certain social networks (Facebook, Instagram and Twitter). The identification and explanation of these devices will prove why ideological debates on social networks are a communicative context that promotes ways of using language that are interesting from a pragmatic, cognitive and socio-cognitive point of view.

Key words

Ideology, social networks, comments, ideological debate, pragmatics, cognitive linguistics, Instagram, Twitter, Facebook.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	1
2. MARCO CONCEPTUAL.....	4
2.1. LA PRAGMÁTICA.....	4
2.1.1. Lo implícito	6
2.1.2. Significado y sentido	7
2.1.3. Las presuposiciones.....	8
2.1.4. Los actos de habla.....	9
2.1.5. El principio de cooperación y la implicatura.....	11
2.1.6. Teoría de la relevancia y conocimiento compartido.....	12
2.1.7. Humor e ironía.....	14
2.2. LA LINGÜÍSTICA COGNITIVA.....	16
2.2.1. Los dominios o marcos.....	17
2.2.2. La metáfora conceptual	18
2.2.3. La metonimia	19
2.3. ENFOQUE SOCIOCOGNITIVO. LA IDEOLOGÍA	20
3. ANÁLISIS.....	24
3.1. METODOLOGÍA.....	24
3.2. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LOS TEXTOS	24
4. CONCLUSIONES	39
5. BIBLIOGRAFÍA.....	42

1. INTRODUCCIÓN

No cabe duda alguna de que las redes sociales han cambiado sustancialmente muchos aspectos de la sociedad y el modo en que esta se comunica. Sabemos que la llegada de estas ha acelerado en nuestra lengua procesos como la aparición de neologismos, una mayor introducción de extranjerismos, ciertas tendencias en la ortografía, etc. Así que, si bien es innegable que la influencia de las redes en la lengua le ha traído cierto deterioro, también ha abierto todo un nuevo campo para la expresión y el debate y ha propiciado ciertos fenómenos con resultados interesantes.

Es el caso de cómo se ha desarrollado un entorno, el de los debates ideológicos en las redes sociales, que fusiona la discusión de temáticas que pueden alcanzar un alto grado de complejidad, con la improvisación y con la necesaria brevedad de las aportaciones. Esto último ha llevado a la búsqueda de una economía en el lenguaje que, paradójicamente, garantice la conservación de matices de significado y de información secundaria.

En este tipo de intercambios, los interlocutores reproducen con bastante fidelidad las características de la lengua oral informal, ya que estos no se producen en un entorno formal sino de conversaciones cotidianas, eso sí, sujetos a una impuesta brevedad que no hace posible que el usuario se explaye con libertad y que le impide perder de vista que sus mensajes tienen que ser elaborados para ser recibidos, leídos y comprendidos con rapidez y sin tener que invertir demasiado esfuerzo, pues en las redes sociales los usuarios entran principalmente con la intención de pasar un rato entretenido.

En las discusiones de naturaleza ideológica en las redes, los emisores buscan criticar las ideas de sus lectores o atraerlos hacia sus propias ideas con mensajes que no son artículos periodísticos de opinión, discursos o ensayos, sino que se escriben para secciones de comentarios en las que se acumularán también los de otros muchos usuarios, por lo que es necesario evitar mensajes extensos o demasiado complejos que no llamarán la atención de la mayoría de los lectores, que buscan un intercambio ameno. Además, en el caso de Twitter, la brevedad resulta impuesta por un máximo de 280 caracteres por tuit. Estos hechos llevan a algunos usuarios a emplear de las formas más ingeniosas las herramientas cognitivas, pragmáticas, retóricas e ideológicas de la lengua para crear textos de gran riqueza no solo comunicativa, sino también social.

Es importante también destacar que estos mensajes, aunque presentan habitualmente rasgos propios de lo oral informal, no se producen en un contexto oral real, los participantes en el acto comunicativo no pueden responder con absoluta espontaneidad a su adversario, contraargumentar de forma inmediata o incluso interrumpirlo como sucede en una conversación. En las redes sociales, el usuario debe construir un texto relevante, que transmita eficazmente sus ideas, que logre persuadir a los otros de lo acertado de su postura ideológica porque, para tener la constancia de que ha logrado su propósito, tendrá que esperar a una respuesta que puede llegar en cuestión de segundos, minutos, horas o días y esta vendrá, además, de un público muy heterogéneo.

Tomando todo esto en consideración, el objetivo de este Trabajo de Fin de Grado es, precisamente, demostrar que los intercambios comunicativos que tienen lugar en las redes sociales constituyen una muestra muy significativa de cómo, posiblemente obligado por las limitaciones que impone el medio, el hablante pone al servicio de la confrontación ideológica recursos cognitivos, pragmáticos y retóricos que aseguren en la medida de lo posible que el mensaje va a tener el efecto pretendido cuando llegue a un receptor que no está presente.

Para lograr nuestro objetivo, primero hemos tenido que llevar a cabo un proceso de documentación en aquellas disciplinas que contienen las nociones teóricas imprescindibles para sustentar un estudio como el nuestro que centra su atención en el discurso ideológico surgido en las redes sociales. Asimismo, hemos seleccionado un corpus compuesto por trece comentarios aparecidos en Instagram, Facebook y Twitter. Estudiaremos solo comentarios públicos, cuyos autores, al estar expuestos a cientos, miles o millones de potenciales lectores, hacen un uso de la lengua como el que hemos descrito en párrafos anteriores. El único criterio de selección que hemos seguido ha sido que, en ellos, la confrontación ideológica no se traduzca en insultos explícitos, sino en recursos más complejos. Sobre este corpus hemos llevado a cabo un análisis cualitativo que demostrará la importancia que tienen, en un medio que impone la brevedad, la dependencia de factores contextuales, la intencionalidad del autor y la implicación cognitiva y pragmática del receptor para que se comprendan los textos y estos cumplan con la función pretendida por el autor.

Todo esto se plasma en un Trabajo de Fin de Grado que se estructura en las siguientes partes: un primer capítulo, la presente introducción, en el que se explica, principalmente, el interés de nuestro estudio y el objetivo que persigue. Un segundo

capítulo, el marco conceptual, compuesto por nociones que constituyen el apoyo teórico de nuestro análisis, tales como la teoría de la relevancia (Wilson y Sperber 2004), la teoría de los actos realizativos (Austin 1955), el principio de cooperación (Grice 1989) o la estructuración del discurso ideológico (Van Dijk 2003), entre otras. A continuación, un tercer capítulo dedicado al análisis del corpus en búsqueda de aquellas características y recursos de los textos que lo conforman y que nos permita alcanzar nuestro objetivo de investigación. Las conclusiones extraídas a partir de cómo este contribuye al logro de nuestro objetivo quedarán plasmadas en el capítulo cuarto. Por último, el quinto capítulo, la bibliografía que hemos empleado en nuestro proceso de documentación, cierra este trabajo.

2. MARCO CONCEPTUAL

En el presente capítulo nos dispondremos a presentar y explicar todos aquellos conceptos y teorías que resultan esenciales para sustentar nuestro análisis y que establecen y definen los distintos recursos y fenómenos que hallaremos y estudiaremos en nuestro corpus. Tales conceptos se enmarcan en distintas disciplinas del estudio de la lengua, principalmente aquellas que se ocupan de su empleo en las situaciones comunicativas reales, de las intenciones de los emisores y de las inferencias que debe extraer el receptor apoyándose en los conocimientos que ambos comparten, del empleo del humor para servir a determinadas intenciones, y de los procesos cognitivos que participan en la creación de mensajes de naturaleza ideológica.

2.1. LA PRAGMÁTICA

Un rasgo importante del lenguaje ideológico y de confrontación empleado en las redes sociales es la gran carga de información compleja que los usuarios condensan en mensajes muy breves, de manera que estos son un gran ejemplo del valor comunicativo de la información implícita y del conocimiento compartido, de la intencionalidad o del uso de recursos como la ironía o la metáfora. Todos estos factores permiten enriquecer la argumentación y la crítica a la vez que se respeta la habitual y, en el caso de Twitter obligatoria, brevedad.

Para entender estos conceptos es esencial aclarar qué es la pragmática y qué importancia tiene en nuestro análisis, y cómo la lengua no funciona solo con aquello que se materializa en las palabras y en las estructuras que utilizamos. Como punto de partida para comprender la pragmática y todos los recursos y conceptos que nos brinda, debemos saber diferenciar entre el código que los hablantes emplean y el mensaje que transmiten e interpretan en las situaciones reales.

Ordóñez (2002:29) define el código como «un conjunto limitado de unidades, de relaciones, de reglas, de combinaciones y de transformación que, debidamente ensambladas, permiten cifrar los enunciados lingüísticos, el número prácticamente infinito de los mensajes posibles en cada lengua». Se trata, en otras palabras, de todas las palabras y reglas o relaciones fonológicas, gramaticales, y semánticas que nos permiten utilizar una lengua.

Sin embargo, el núcleo de la pragmática no es el código: esta va más allá y tiene en cuenta muchos otros factores comunicativos que influyen cuando la lengua se emplea en un contexto real. Ordóñez (2002:30) hace hincapié, de hecho, en que para que una comunicación sea correcta no siempre basta con conocer el código. Es decir, que entender y manejar la fonética, la gramática y el léxico de una lengua no es suficiente para llevar a cabo la comunicación si no se detectan y entienden otros elementos de la situación comunicativa, como la intención o la información implícita. Levinson (1989:6) explica que incluso se ha llegado a proponer que la pragmática «debería limitarse a tratar de los principios del uso del lenguaje y no tener nada que ver con la descripción de la estructura lingüística». Si bien este punto de vista puede considerarse demasiado estricto y llega a descartar completamente el código, sí que incluye una idea básica: que la finalidad principal de la pragmática debería ser el empleo del mensaje y no sus rasgos formales. Una buena definición acorde con este planteamiento es la de Silva-Corvalán y Enrique-Arias (2017:25):

La pragmática como subcampo de la Lingüística examina los posibles mensajes o interpretaciones que se derivan de la interacción entre factores del contexto comunicativo (e.g. aspectos socioculturales, relaciones interpersonales, conocimiento compartido) y las expresiones lingüísticas.

Ordóñez (2002) aporta también una visión interesante de la pragmática de dos maneras. Primero se remonta a la evolución del término y su introducción en las ciencias del lenguaje de mano del pionero semiótico CH. Morris, quien dio forma al concepto de pragmática al diferenciar tres relaciones distintas entre el signo y el signo (relación sintáctica), el signo y el referente (relación semántica) y el signo y el usuario (relación pragmática). Así, entendemos que mientras la sintaxis define la manera en la que los signos se entrelazan para estructurar el código y la semántica detecta las maneras en las que los signos se relacionan con los conceptos o realidades a los que hacen referencia, la pragmática establece las maneras en las que los usuarios de la lengua emplean los signos. Posteriormente, Ordóñez (2002:32) define la pragmática también mediante sus diferencias con respecto a la lingüística tradicional:

La Lingüística se ocupa de describir el significado-A, lo que normalmente se conoce como el *sentido literal*. A la Pragmática le corresponde explicar las significaciones referencial e intencional. [...] La primera estudia los mensajes exclusivamente desde el código, desde la competencia formal. La segunda interpreta los enunciados tomando en consideración todos los elementos que intervienen en el circuito de la comunicación: *emisor, receptor, canal, circunstancias*... y, claro está, también el *código*.

2.1.1. Lo implícito

Ordóñez expone una comparación muy interesante para hacer referencia a la gran cantidad de información de nuestros mensajes que no queda explícita en el signo lingüístico, sino que, como hemos explicado, depende de otros muchos factores: «Nuestros mensajes son como icebergs, en los que gran parte de lo que se comunica se halla sumergido, oculto, y donde sólo afloran a la superficie algunos aspectos. El mundo de lo implícito posee una importancia capital en nuestras comunicaciones» (2002:40). Dicho de otra manera, aquello que queda expresado en los signos que componen el código puede llegar a ser una parte muy pequeña del verdadero mensaje. A esto van ligados, por ejemplo, la intencionalidad o el conocimiento compartido de los hablantes.

Por lo tanto, como hemos indicado, hay una diferencia entre aquello que se puede expresar exclusivamente mediante el código de una lengua y lo que realmente se quiere dar a entender y se interpreta al entrar en juego todos esos factores que influyen en la comunicación y que la pragmática describe.

Ya sabemos que, debido a esta diferencia, para llevar a cabo una comunicación exitosa no basta con conocer únicamente el código y que es esencial detectar todos esos factores. De la importancia de estos últimos podemos tomar como ejemplo el contexto. Para hablar del contexto son interesantes las explicaciones y ejemplos de Levinson (1989). Este expone una conversación ficticia incompleta para luego detallar cómo podemos inferir información que no está expresada explícitamente mediante los signos al hacer suposiciones sobre el contexto en el que se enmarca y sin las cuales no sería posible comprenderla (Levinson1989:41):

- A: *Así pues, ¿puede pasarse por aquí de nuevo ahora mismo, por favor?*
- B: *Bueno, hoy tengo que ir a Edimburgo, señor.*
- A: *Ajá. ¿Qué le parece este jueves?*

Levinson explica, a partir de este diálogo, todas las inferencias contextuales de distintos tipos que podemos hacer sobre la conversación, la ubicación, el tiempo, etc. Por ejemplo, expone que podemos suponer un contexto en el que ha habido un intercambio de información previo y posterior, ya que el diálogo no comienza ni termina con las fórmulas propias de apertura o cierre y que es evidente que está haciendo referencia a

algo que los interlocutores estaban hablando con anterioridad inmediata a estas palabras. Entendemos que *así pues* implica una relación directa, por ejemplo, de consecuencia, con algo ya comunicado, y que, al terminar el diálogo en pregunta, se recibirá una respuesta posterior.

Levinson plantea además las posibilidades que podemos inferir sobre las intenciones y conocimientos de A en ese contexto implícito a pesar de no estar codificadas. Por ejemplo, que A da por hecho o cree probable que B no se encuentra ya en Edimburgo, que este responderá con una aceptación o rehusará, que hay alguna posibilidad de que este venga (si no fuera así, muy probablemente no se lo pediría), etc. También podemos entender, sobre la ubicación de los hablantes, datos como que A y B no se encuentran en el mismo sitio, que B sabe dónde está A (porque A solo le dice que venga *aquí*) o que ninguno se halla en Edimburgo. También entendemos que no es jueves en el momento del intercambio, o que B ocupa en la jerarquía social una posición inferior con respecto a A y que sabe o cree que este es de género masculino al dirigirse a él como *señor*. Este ejemplo planteado por Levinson y sus explicaciones no solo evidencian el peso del contexto en la comprensión del mensaje y lo presente que este se encuentra en nuestras mentes a la hora de la comunicación, sino que además es un claro reflejo de cuánta información se encuentra tras las palabras y no en ellas, es decir, de manera implícita.

2.1.2. Significado y sentido

En relación con esta importancia de agentes externos y a la enorme carga de información que debe ser inferida más allá del código es interesante también una oposición constante e imprescindible para nuestro análisis que Ordóñez (2002) denomina oposición significado/sentido, y en la que entran en juego los factores pragmáticos como el contexto y la intencionalidad. Esta oposición se basa en la diferencia entre la significación lingüística (significado) y la referencial e intencional (sentido).

El autor explica que el conocimiento del código permite comprender la significación lingüística, es decir, la información que expresan los signos lingüísticos por sí solos. Esta significación «tiene la propiedad de ser constante, fija y, en caso de no mediar ambigüedad, de ser unívoca para todos los usuarios de una misma lengua. No está sujeta a los cambios de emisor, situación...» (Ordóñez 2002:31). Por ejemplo, si recibimos una carta que contiene el único mensaje *en breve me quedaré sin dinero*,

cualquier receptor hispanohablante comprenderá que el emisor se está quedando sin dinero. Sin embargo, si en la carta no se indica el remitente ni la fecha, el receptor, aunque entienda la lengua española, no será capaz de saber quién se está quedando sin dinero y a qué momento se refiere con *en breve*. Nuestro receptor está perdiendo la significación referencial: a diferencia de la significación lingüística, que al depender solo del código y ser estática no requiere una situación comunicativa o información adicional o contextual que la modifiquen, la significación referencial cambia con los factores externos ya que, como explica Ordóñez (2002:31), «este valor de contenido es necesario, pero no es constante. Depende de las circunstancias de la enunciación».

Además, si el receptor no conoce al emisor o el momento, no será capaz tampoco de descifrar el significado intencional. Es decir, aquello que el mensaje *quiere decir* más que lo que el mensaje *dice*. Si, por el contrario, sabe que el remitente de la carta es su hermano, que lleva tiempo debiendo dinero y entiende así que se trata de una petición de ayuda económica, habrá detectado dicho significado intencional aunque el mensaje literal simplemente exprese una falta de dinero. Ordóñez (2002:33) explica que «para que la interpretación del mensaje sea efectiva, venturosa, es necesario que el destinatario capte no sólo el sentido literal, sino también los valores denotativos e intencionales». Lo que quiere decir esta afirmación es que para que se lleve a cabo la comunicación de manera correcta, es esencial descifrar lo que el emisor quiere decir realmente y no lo que dice de forma literal o explícita.

Además, cabe destacar que Ordóñez también indica que el significado y el sentido pueden llegar incluso a ser contrarios, como puede ser el caso de la ironía, ‘expresión que da a entender algo contrario o diferente de lo que se dice, generalmente como burla disimulada’ (DLE 2020), como en un caso del estilo *bien hecho, campeón*, cuando alguien ha cometido un error. Se trata de un recurso muy común en los comentarios publicados en las redes sociales y que quedará bien ejemplificado con aquellos que nos disponemos a analizar.

2.1.3. Las presuposiciones

Las presuposiciones son inferencias pragmáticas o asunciones necesarias que se encuentran ocultas e intrínsecas en las expresiones explícitas del lenguaje, pero que podemos aislar, en la mayoría de los casos más comunes, mediante métodos como la negación para detectar qué información de un enunciado forma parte de una

presuposición intrínseca (Levinson 1989:162-163). Las presuposiciones son información de fondo o secundaria pero inherente al mensaje que se está dando, ya que un rasgo esencial que las diferencia, por ejemplo, de los sobreentendidos (que son más similares a las conclusiones o lo que uno da por hecho), es que aún en la negación de un enunciado las presuposiciones siguen siendo, por lo general, verdaderas. Por ejemplo, si el hablante dice *El hijo de Juan trabaja en el banco*, presuponemos que Juan tiene, necesariamente, un hijo. Si negamos la información nueva y central del enunciado (que el hijo de Juan trabaja en el banco), lo que Ordóñez (2002) llama figura, es decir, *El hijo de Juan no trabaja en el banco*, la presuposición de que Juan tiene un hijo sigue siendo, sin embargo, verdadera. Esto se debe a que esta información forma parte de lo que Ordóñez denomina fondo (información secundaria pero esencial) en oposición a la figura (la información nueva que se está aportando). También podemos acudir nuevamente al ejemplo de Levinson sobre la conversación de Edimburgo, ya que toda aquella información contextual *oculta* inferida de lo superficial, son precisamente distintas presuposiciones que asumimos sobre el tiempo, el conocimiento de los hablantes, su ubicación, etc.

2.1.4. Los actos de habla

Una teoría muy interesante y básica también para entender la comunicación y el funcionamiento del lenguaje insertado en la situación comunicativa, planteada y desarrollada principalmente por John Langshaw Austin es la de los actos de habla.

Austin (1955:3-6), cuando explica que los enunciados no son simples descripciones de la realidad o de los hechos de manera falsa o verdadera, como planteaban los primeros filósofos, introduce un concepto muy interesante, las expresiones realizativas, y fundamento de su teoría: hablar es (o puede ser) hacer.

En una de sus conferencias, Austin presentó varios ejemplos de esas expresiones realizativas como *Bautizo este barco Queen Elizabeth* o *Te apuesto cien pesos a que mañana va a llover* para explicar que «no “describen” o “registran” nada, y no son “verdaderas o falsas”» y que «el acto de expresar la oración es realizar una acción, o parte de ella, acción que a su vez no sería *normalmente* descripta como consistente en decir algo» (1955:5). Austin quiere decir que, con estas expresiones, el hablante no describe lo que hace o da una información que pueda ser verificada con el tradicional esquema verdadero-falso, sino que con ellas mediante el lenguaje lleva a cabo una acción: jurar, apostar, bautizar, amenazar, etc. Con esto, lo que Austin pretende argumentar es que *decir*

algo puede ir mucho más allá de *enunciar* algo. Basándose precisamente en las propuestas de Austin, Xin (2016:5) argumenta que «la unidad básica de la comunicación no son entonces las palabras o frases, sino los actos de habla».

Con relación a ese poder realizativo del habla, Austin (1955:62-64) propone los distintos tipos de actos que componen la lengua, cómo funciona cada uno y cómo unos dependen de otros. Comienza primero definiendo los distintos tipos de actos que realizamos con el hecho en sí mismo de construir nuestros mensajes, como es el caso de los fonéticos, fáticos o los réticos, relacionados principalmente con la estructuración y articulación de nuestros enunciados o locuciones, y que componen el acto locucionario.

Ahora bien, como ya hemos mencionado, cuando nos comunicamos no llevamos a cabo un simple acto locucionario al emitir enunciados: estos tienen un sentido, unas intenciones, una interacción con el contexto y los participantes, etc. Es por esto por lo que entra en juego también el acto ilocucionario, que Austin (1955:64-65) define como «llevar a cabo un acto *al* decir algo, como cosa diferente de realizar el acto *de* decir algo». Algunos ejemplos que propone de maneras de emplear una locución para llevar a cabo un acto ilocucionario son «preguntando o respondiendo a una pregunta», «dando alguna información, o dando seguridad, o formulando una advertencia», «anunciando un veredicto o un propósito dictando sentencia», etc. Esto es muy importante en las redes sociales, donde los interlocutores se esmeran en influir en el pensamiento de los demás convenciéndolos de distintos puntos de vista, aportando datos que puedan cambiar su posicionamiento o criticándolos duramente. Los comentarios de Facebook o Instagram o los tuits en Twitter son o contienen muchas veces, por lo tanto, enunciados puramente realizativos.

A continuación, el autor (1955:66) añade otro acto verdaderamente importante, el acto perlocutivo, explicando que:

A menudo, e incluso normalmente, decir algo producirá ciertas consecuencias o efectos sobre los sentimientos, pensamientos o acciones del auditorio, o de quien emite la expresión, o de otras personas. Y es posible que al decir algo lo hagamos con el propósito, intención o designio de producir tales efectos».

Cabe destacar que al tratarse de redes sociales las consecuencias no son muchas veces observables por el emisor, pero sí que existe la intención de que estas ocurran. Además, si hay un comentario de respuesta o una reacción de «me gusta», por ejemplo, sí que se puede hablar, evidentemente, de perlocución.

Los actos ilocutivos y perlocutivos son esenciales para el entendimiento de la dimensión pragmática de la lengua, de cómo esta no se limita a describir realidades, sino que sirve a las relaciones entre las personas y sus ideas, y por lo tanto hay que tenerlos en cuenta en nuestro análisis. De hecho, como explica Pratt (2000:73), los actos de habla constituyen una práctica social:

Lo que la teoría de los actos de habla ha ofrecido a mucha gente en el terreno de la lingüística, la filosofía, la crítica, la psicología, e inclusive las leyes, es una forma de abandonar la idea del lenguaje como sistema gramatical, autónomo y autoconcebido, y adoptar la idea del lenguaje como práctica social [...].

2.1.5. El principio de cooperación y la implicatura

Otro concepto esencial de la pragmática es el principio de cooperación planteado por Paul Grice (1989) que recoge las máximas básicas que deben regir una conversación para que la comunicación pueda tener lugar.

Grice refleja también de forma muy clara la importancia de lo implícito, intencional y contextual mediante lo denominado por él implicatura conversacional, es decir, «las implicaciones basadas en nuestras expectativas de lo que es una conducta conversacional normal» (Ochs 2000:99). El concepto de implicatura es importante para nuestro trabajo, porque significa que es posible para el receptor inferir información o intenciones tácitas al tener ciertas suposiciones sobre el contexto, sobre el hablante, sobre lo que se puede esperar de él y de sus deseos de comunicarse eliminando, mermando o alterando de manera intencional el mensaje explícito, violando lo que el oyente espera encontrar.

Para entender completamente el concepto de implicatura, primero debemos comprender correctamente el principio de cooperación y las máximas que lo definen propuestos por Grice (1989:24-31). Grice (1989) define este principio como un mandato al hablante para que haga su contribución siguiendo lo que la situación comunicativa y los objetivos del intercambio comunicativo requieren. Para que esto sea posible, Grice ofrece sus máximas: la máxima de calidad, que estipula que la contribución debe ser verdadera, lo cual implica no aportar información falsa ni no probada; la máxima de cantidad, que determina que se debe comunicar lo necesario y suficiente para cumplir el objetivo del intercambio y no añadir información no requerida; la máxima de pertinencia o relación, que concreta que debe transmitirse información importante y relevante para la

conversación, y la máxima de modo o manera, que puntualiza que se deben evitar las ambigüedades o los vacíos de información.

Sin embargo, el propio Grice (1989) declara que estas máximas pueden no ser respetadas intencionalmente sin que esto afecte negativamente a la comunicación gracias, precisamente, a la existencia de las implicaturas que explicábamos. Esto queda muy bien detallado por Leech y Thomas (2000:24):

Podemos, por lo tanto, inadvertidamente, INFRINGIR una máxima o VIOLARLA en secreto [...] O bien, lo que es más importante, podemos violar abiertamente una de las máximas (Grice llamaba a esto HACER CASO OMISO de una máxima) con el propósito de que el destinatario busque un significado implícito. Esta última forma de explotación del Principio Cooperativo es decisiva para lo que Grice llama IMPLICATURAS CONVERSACIONALES, es decir, implicaciones pragmáticas que hace el destinatario asumiendo que el hablante ha observado el Principio Cooperativo.

Todas estas nociones desarrolladas por Grice resultan esenciales en el momento de llevar a cabo el análisis de actos de habla que esconden usos de la lengua que no se ajustan completamente a las máximas como son muchos de los que estudiaremos en este trabajo, pues en ellos se omite información, se emplea la ironía, que, como ya decíamos, expresa algo distinto o contrario a lo dicho literalmente, se comunican ideas mediante metáforas, etc., lo cual requiere que los lectores detecten implicaturas que los lleven a no interpretar estos distintos casos de forma literal.

En este trabajo demostraremos que la violación de las máximas y la existencia de implicaturas son esenciales para desarrollar el lenguaje ideológico, irónico, crítico o satírico tan común en las discusiones políticas y morales que tienen lugar en las redes sociales.

2.1.6. Teoría de la relevancia y conocimiento compartido

El contexto en el que se desarrolla un intercambio lingüístico es esencial para que un mensaje sea relevante, es decir, para que aporte información útil, en cierto grado esperada y que sea entendida e interpretada por el emisor de modo que la comunicación resulte efectiva. Como se verá en el siguiente capítulo, en nuestro corpus es considerablemente común la referencia a hechos culturales, históricos, sociales, etc. presentes en el contexto cognitivo que los interlocutores de un grupo (usuarios de una determinada red social, pertenecientes a un grupo de edad similar, provenientes del mismo país, etc.) comparten y que es imprescindible para comprender el mensaje. Es decir, que estos usuarios cuentan con un conocimiento compartido que da forma al contexto que rodea el acto

comunicativo. Como decíamos, la adecuación al contexto es uno de los factores que hace que, en un intercambio comunicativo concreto, un acto de habla resulte relevante.

Para entender esto debemos tomar en consideración algunas nociones desarrolladas por una teoría que defiende, precisamente, que una característica esencial de las intervenciones de los hablantes si tienen el propósito de que su comunicación sea efectiva es la relevancia. Wilson y Sperber (2004:239-240) explican de la siguiente manera cuándo lo que ellos llaman un *input* (cualquier aportación, contribución o estímulo cargado de información) es relevante:

Cualquier *input* (una percepción visual, un sonido, un enunciado, un recuerdo) es relevante para un sujeto cuando entra en contacto con una información previa de la que éste dispone, produciendo con ello una serie de resultados que le incumben, como, por ejemplo, responder a una pregunta que tenía en su cabeza, aumentar su conocimiento sobre cierto asunto, resolver una duda, confirmar una sospecha o corregir una impresión que ha resultado ser equivocada.

En el caso de las redes sociales resulta especialmente importante el conocimiento tanto del contexto sociocultural y político como de la propia noticia, opinión o artículo que se esté comentando, ya que los participantes en el intercambio comunicativo conocen el tema, la probable ideología del emisor de ese texto al que están respondiendo, cuáles serán sus posibles respuestas o argumentos, cómo puede influir en él un ataque u opinión contraria, qué esperan leer los usuarios afines ideológicamente, etc. Es lo que Wilson y Sperber (2004:240) denominan *implicatura contextual* y definen como la relación simultánea entre la información aportada por el contexto y la información de la aportación nueva o el *input*. Una relación adecuada entre ese contexto y la aportación del emisor (enunciado, comentario) es lo que da lugar a un efecto cognitivo positivo y hace, por lo tanto, que dicha aportación sea relevante.

Cuando llevamos el principio de relevancia y la importancia de que los interlocutores compartan un contexto cognitivo a nuestro ámbito de análisis, los comentarios de contenido político que se publican en las redes sociales, no debemos olvidar que las experiencias de los distintos grupos ideológicos y sus creencias compartidas juegan un rol esencial. Como explica Van Dijk (2003:21):

La gente no sólo tiene creencias personales de las experiencias personales; también comparte creencias más generales con los demás, con los miembros del mismo grupo o incluso con miembros de otras sociedades o culturas. El conocimiento sociocultural quizás es el ejemplo más importante de creencias compartidas: no podríamos entendernos, ni hablarnos ni interaccionar sin compartir una gran cantidad de conocimiento sobre la mayor parte de los aspectos del mundo y de la vida cotidiana.

Relacionados con todo esto que estamos exponiendo, observaremos muchos comentarios en redes sociales que requieren una serie de conocimientos socioculturales que el emisor espera que el receptor posea. Encontraremos muchas referencias culturales que funcionan como transmisoras de información implícita, como implicaturas que violan la máxima de cantidad, que no pueden ser detectadas, no resultan relevantes, si no se comparte un determinado nivel cultural o de formación, grupo de edad, una misma procedencia geográfica, etc.

2.1.7. Humor e ironía

El humor es un recurso pragmático que permite expresar ideas de formas muy diversas y atractivas para el oyente, y que se encuentra muy presente en las redes sociales. La RAE nos brinda una definición muy útil del término *humorismo*, que es al que nosotros nos referimos: ‘Modo de presentar, enjuiciar o comentar la realidad, resaltando el lado cómico, risueño o ridículo de las cosas’ (DLE 2020).

De esta definición es especialmente pertinente para nuestro análisis el término de *enjuiciar*, ya que el humor que analizaremos en las redes sociales se emplea principalmente como una forma creativa de opinar, criticar, valorar, defender o argumentar. Esto quiere decir que no solo busca la diversión de los lectores, sino que se utiliza también tanto para expresar la ideología propia como para emitir juicios sobre las ideas y acciones de los demás, especialmente de aquellos con los que se discrepa. Alvarado (2012:9) explica que el humor y la ironía han sido entendidos como una forma de agresión por autores como Ritchie, Norrick, Kotthoff, Rogerson-Revell o Archakis y Tsakona, y que «se han obtenido ideas preconcebidas sobre ironía y humor como formas que se utilizan en la interacción para mostrar la superioridad del hablante frente al oyente».

Este planteamiento nos es especialmente interesante porque en los comentarios que analizamos en este trabajo el humor es empleado muy a menudo como una forma de ridiculizar al contrario y sus ideas y tratar de desprestigiarlas reduciéndolas a lo cómico, a lo absurdo o a lo ilógico. Hemos observado que en las redes sociales es un método de confrontación y agresión tan común como los insultos.

Ahora bien, como añade Alvarado (2012:9), el humor se emplea también con fines distintos «por ejemplo, para obtener complicidad entre los interlocutores, e, incluso, mostrar cortesía, es decir, presentan un fin positivo en la conversación». En otras palabras,

también puede ser empleado para atraer a aquellos con los que se está de acuerdo o a aquellos que el autor pretende que se sumen a su burla o se adhieran a su ideología.

Como ejemplo muy ilustrativo funciona uno de los comentarios que estudiaremos en este trabajo que reza «Los veo muy felices en la colonia, será por el buen olor que desprende» en contra del independentismo canario. Veremos cómo en él se refleja claramente esa reducción a lo cómico, a lo absurdo o a lo ilógico de la que hablábamos, en este caso de un movimiento ideológico, a la misma vez que su originalidad y el juego de palabras buscan la diversión de los lectores.

En las redes, la ironía está también ampliamente presente. La ironía es un recurso lingüístico y pragmático muy extendido y empleado por todos los hablantes. Como ya dijimos, se trata de una ‘Expresión que da a entender algo contrario o diferente de lo que se dice, generalmente como burla disimulada’ (DLE 2020). Es decir, que es una manera de expresar reproche, burla, crítica o descontento formulando un mensaje explícito que contradice o difiere de lo que queremos decir generalmente con la intención de que el oyente lo detecte y sepa interpretarla correctamente.

La ironía es, por lo tanto, un claro ejemplo de recurso que funciona gracias a las implicaturas conversacionales que explicábamos anteriormente, ya que supone un empleo de la lengua que no sigue estrictamente las normas (por ejemplo, no cumple con todas las máximas de Grice) y que revela la intención del emisor de que el receptor, gracias a los conocimientos compartidos, infiera que no puede interpretar la información que se le da de forma literal. Una explicación muy pertinente que nos ayuda a comprender que la ironía depende completamente del contexto es la que da Alvarado (2012:9) al explicar su relación con los actos de habla y con las máximas:

Las explicaciones pragmáticas más destacadas sobre la ironía aluden a diversas teorías entre las que afirman que la ironía es un acto de habla indirecto (Searle, 1980), una transgresión de la máxima de manera (Grice, 1991[1975]), un fenómeno que conlleva un uso interpretativo del lenguaje [...].

Al tratarse de un recurso dependiente de la interpretación de implicaturas, depende del conocimiento compartido que tienen los partícipes de una conversación sobre el contexto y la situación comunicativa en los que está teniendo lugar el uso de la ironía, ya que, del contrario, podría interpretarse erróneamente de manera literal (Haverkate 1985:361). Por ejemplo, un enunciado como *¡Gracias, es justo lo que había pedido!* en un contexto y con unas intenciones que desconocemos podría ser interpretado

literalmente como un agradecimiento. Si, por el contrario, sabemos que se trata de un individuo que ha pedido numerosas veces algo concreto y le han entregado una cosa distinta, seremos capaces de detectar al instante, gracias a la implicatura, que se trata de una ironía mediante la cual el hablante quiere expresar molestia, reproche o queja.

2.2. LA LINGÜÍSTICA COGNITIVA

Para entender el empleo de determinados recursos especialmente comunes en los actos de habla ideológicos, como es el caso de la metáfora, que se encontrará muy presente en nuestro análisis, es imprescindible entender los procesos cognitivos que permiten a los hablantes generar el lenguaje. La disciplina que se encarga de estudiar estas cuestiones es la lingüística cognitiva. «La lingüística cognitiva es un movimiento lingüístico que concibe el lenguaje como un fenómeno integrado dentro de las capacidades cognitivas humanas», dice Ibarretxe-Antuñano (2013:245). Esto quiere decir que, según esta disciplina, el lenguaje funciona a través de procesos de cognición complejos, tales como la percepción, la conceptualización o la categorización, que son fruto de la forma en la que la mente humana, a través de la experiencia, comprende y estructura la realidad (Moreno 2015:41). Por lo tanto, podemos entender que, según este punto de vista, el lenguaje no es una facultad humana que se genera por sí misma o con la que contamos de manera innata, sino que surge a partir de la forma en la que nosotros, lo hablantes, percibimos y clasificamos la realidad que nos rodea y la transformamos en conceptos que nos permiten entenderla y expresarla.

Croft y Cruse (2008:17) desglosan el enfoque cognitivo del lenguaje en tres hipótesis principales: «el lenguaje no constituye una facultad cognitiva autónoma», «la gramática implica siempre una conceptualización» y «el conocimiento del lenguaje surge de su propio uso».

La primera hipótesis, «el lenguaje no constituye una facultad cognitiva autónoma», estos autores (2008:18) la explican de la siguiente manera:

Los corolarios básicos que se derivan de esta hipótesis son que la representación del conocimiento de tipo lingüístico es esencialmente la misma que la representación de otras estructuras conceptuales, pero también que los procesos en los que dicho conocimiento se emplea no difieren, en lo fundamental, de otras capacidades cognitivas que los seres humanos utilizan más allá del dominio del lenguaje.

Esto quiere decir, tal y como explicábamos anteriormente, que el lenguaje no es una facultad autónoma o independiente, sino que aquellos procesos cognitivos que

empleamos para acceder a él son los mismos que empleamos para llevar a cabo cualquier otra acción relacionada con la cognición, como puede ser visualizar un objeto en nuestra mente, clasificar conceptos o reconocer y calcular cifras o cantidades.

La segunda hipótesis, «la gramática implica siempre una conceptualización», plantea que la lengua no es simplemente un sistema de correspondencia veritativo-condicional entre el significado de las unidades lingüísticas que se combinan para conformar la estructura de los mensajes y la realidad (Croft y Cruse 2008:20). Santos Varona (2017:155-156) explica que, para la concepción veritativo-condicional del significado, las expresiones lingüísticas representan lo real. Sin embargo, como afirman Croft y Cruse (2008:20), el significado que acompaña a las unidades gramaticales es fruto de la conceptualización de nuestras experiencias con el mundo. Por lo tanto, podemos decir que la gramática no surge automáticamente al describir la realidad, sino que nace de nuestros procesos cognitivos al relacionarnos con ella.

La tercera hipótesis, «el conocimiento del lenguaje surge de su propio uso», consiste en que «las categorías y las estructuras semánticas, sintácticas, morfológicas y fonológicas se construyen haciendo uso del conocimiento que tenemos de enunciados concretos que se emplean en circunstancias concretas» y que por lo tanto se trata de un «proceso inductivo de abstracción y esquematización» (Croft y Cruse 2008:20).

2.2.1. Los dominios o marcos

Para comprender adecuadamente el funcionamiento de procesos como la metáfora conceptual, es importante tener en consideración conceptos de la estructura conceptual como los marcos o dominios. Cabe destacar que Croft y Cruse (2008:37) explican que algunas corrientes de la cognición y la lingüística emplean el término *marco* y otras tienden al término *dominio*, y ellos deciden usarlos indistintamente. Estos autores (2008:25-26) defienden que los conceptos que las palabras simbolizan no se encuentran independientes en nuestra mente, sino que se relacionan entre sí para crear una estructura conceptual, y estas relaciones se basan en lo que observamos de nuestras experiencias en el mundo físico para luego quedar reflejadas en las relaciones entre palabras.

«Un marco es cualquier cuerpo coherente de conocimientos que es presupuesto (es decir, implicado previamente) por el concepto al que se refiere una determinada palabra» (Croft y Cruse 2008:37). Pongamos un ejemplo: un concepto como *cosechar* implica en su marco o dominio la existencia de un cultivo que ha dado fruto, un campo

en el que se encuentra ese cultivo, un camión o carro para transportar, el posible posterior consumo o venta de los frutos cosechados, etc. Toda esa información que implica ese concepto es la que construye su dominio o marco, que puede ser muy amplio ya que, como hemos dicho, los conceptos se encuentran interrelacionados en nuestra estructura conceptual y no en compartimentos estancos.

2.2.2. La metáfora conceptual

Una vez entendido el enfoque de la lingüística cognitiva y el funcionamiento de la estructura conceptual y de los marcos o dominios, podemos definir y explicar la metáfora conceptual. Se trata uno de los recursos más vastamente empleados en los comentarios ideológicos en las redes sociales y que expresa de forma condensada un significado conceptual habitualmente más complejo y abstracto. Es un recurso que refleja claramente los procesos cognitivos que construyen nuestra percepción del mundo y tienen un rol importante, por lo tanto, a la hora de expresar nuestra ideología y refutar la de otros.

Ruiz de Mendoza y Galera (2010:106-107) explican, basándose en cómo se han desarrollado la lingüística cognitiva y la teoría de la metáfora conceptual a partir de los trabajos de Lakoff y Johnson, Geeraerts y Merleau-Ponty, cómo funcionan las metáforas conceptuales y por qué van más allá del embellecimiento de la lengua al ser realmente un instrumento cognitivo del que se sirve nuestra mente a la hora de conceptualizar el mundo. Para la lingüística cognitiva, la metáfora se basa en la experiencia corpórea. Por ejemplo, con expresiones como *mi vida se hunde* estamos expresando un sentimiento de desesperanza o tristeza estructurándolo en torno a la manera en la que un barco se hunde trágicamente y desaparece en el mar, imagen que forma parte de nuestra experiencia física y cognitiva. Es decir, que la metáfora, aunque es también un recurso lingüístico, es esencialmente un instrumento para la conceptualización de la realidad con la que convivimos, de acuerdo con Soriano (2012:87):

La metáfora conceptual es un fenómeno de cognición en el que un área semántica o dominio se representa conceptualmente en términos de otro. Esto quiere decir que utilizamos nuestro conocimiento de un campo conceptual, por lo general concreto o cercano a la experiencia física, para estructurar otro campo que suele ser más abstracto. El primero se denomina dominio fuente, puesto que es el origen de la estructura conceptual que importamos. El segundo se denomina dominio meta o destino.

Esto quiere decir que nuestra mente emplea ese dominio fuente, o sea el conjunto de experiencias en torno a un concepto, para dar sentido al dominio meta en el que se encuentran los sentimientos e ideas que queremos expresar. Es lo que explican Ruiz de

Mendoza y Galera (2010:107) en una definición similar a la de Soriano como una serie de correspondencias entre estos dos dominios:

Así, la experiencia perceptual y espacial es la base para la categorización del mundo de manera que estas categorías (que pertenecen a dominios concretos) se hacen corresponder con dominios más abstractos como los de la emoción, el tiempo o la estructura. Por tanto, la metáfora queda definida como un conjunto de correspondencias (conceptual mapping) entre un dominio fuente (más concreto) y un dominio meta (más abstracto).

Un ejemplo muy claro para entender este mecanismo es el concepto del tiempo, que se presenta conceptualizado frecuentemente mediante la metáfora como Soriano (2012:87) plantea:

«Así, por ejemplo, la metáfora conceptual según la cual conceptualizamos el tiempo en términos de dinero se denomina convencionalmente EL TIEMPO ES DINERO. Esta metáfora o “manera de pensar no literal” es responsable de múltiples expresiones en español (además de en otros idiomas), como *ganar tiempo*, *malgastar el tiempo*, *ahorrar tiempo*, *robar tiempo*, *hipotecar tu tiempo* o *invertir tiempo en algo*».

En este ejemplo, el tener dinero y todo lo que ello conlleva, como las distintas formas en las que interactuamos con él, son el dominio fuente, y el tiempo y el valor que le damos son el dominio meta. De esta manera podemos llegar a entender fácilmente el funcionamiento de las metáforas referentes al tiempo: expresamos un concepto tan abstracto y humano como el tiempo rigiéndonos por las acciones que estructuran ciertas experiencias concretas en nuestro contacto con el mundo como son, este caso, ganar, ahorrar o perder dinero.

Cabe destacar, sin embargo, que, tal y como explica Soriano (2012:87) hay que establecer una diferencia entre la metáfora conceptual y una expresión lingüística metafórica:

Las metáforas conceptuales son esquemas abstractos de pensamiento que se manifiestan de muchas formas, entre ellas el lenguaje. Estas expresiones lingüísticas pueden variar de una lengua a otra, aunque la metáfora conceptual sea la misma.

2.2.3. La metonimia

La metonimia es otro recurso común en la lengua cuyo estudio se enmarca también en la lingüística cognitiva. Podríamos decir que su funcionamiento es similar al de la metáfora ya que en ella hallamos también relaciones y sustituciones conceptuales, pero su categorización, definición y explicación han sido motivo de mucho estudio. De hecho, Panther y Thornburg (2007:236) explican que la metonimia se encuentra tan constantemente presente en la lengua que supone una demostración de que el significado

lingüístico y el uso real de la lengua son un continuo y no elementos completamente independientes. Si bien han sido numerosas las definiciones de la metonimia, algunas más amplias y otras más específicas, nos es muy útil para nuestro análisis la dada por Radden y Kövecses (1999:21, citados en Panther y Thornburg 2007:239) «Metonymy is a cognitive process in which one conceptual entity, the vehicle, provides mental access to another conceptual entity, the target, within the same cognitive model»¹.

Panther y Thornburg (239-240) aportan también una clasificación de cinco relaciones metonímicas potenciales. Primero explican la relación entre forma y concepto, es decir entre un signo lingüístico y el concepto que representa. A continuación, añaden tres relaciones referenciales, esto es, entre esos conceptos y signos con referentes reales del mundo físico como cosas o eventos: la relación entre un signo y una cosa o evento, entre un concepto y una cosa o evento y entre un signo y su concepto y una cosa o evento). Por último, exponen también la relación entre un significado (una relación concepto-signo) y otro significado (otra relación concepto-signo.). Por ejemplo, si hablamos de *la cartelera de esta semana en el cine*, estamos empleando una expresión metonímica que conlleva varias relaciones, en este caso sustituciones: entre un referente (un cartel con anuncios de películas) y otro (la serie de películas que estarán en emisión esta semana), entre un concepto (el de ese cartel) y otro (el de las películas en emisión) y entre un signo (el término *cartelera*) por otro posible (como, por ejemplo, *programación* o *películas en emisión*).

2.3. ENFOQUE SOCIOCOGNITIVO. LA IDEOLOGÍA

Van Dijk (2003) explica que la ideología influye en determinados aspectos de la estructuración del discurso y queda reflejada en distintos niveles y recursos como pueden ser la sintaxis, las suposiciones, las metáforas, etc. Van Dijk hace referencia a acepciones históricas de la ideología como un conjunto de creencias falsas en contraposición al conocimiento verdadero. Sin embargo, matiza que las ideologías no son algo necesariamente negativo y las define como «las creencias fundamentales de un grupo y de sus miembros» (2003:14). Por lo tanto, debemos tener en cuenta que la ideología va más allá de lo político y lo económico, ámbitos en los que se emplea comúnmente este término, pues engloba también corrientes sociales y morales. Van Dijk pone como

¹ «La metonimia es un proceso cognitivo en el que una entidad conceptual, el vehículo, permite el acceso mental a otra entidad conceptual, la meta, dentro de un mismo modelo cognitivo» [mi traducción].

ejemplos de esto último el feminismo, el pacifismo, el militarismo, el racismo o las creencias religiosas.

Ahora bien, al igual que una ideología es compartida por todo un grupo, el hecho de que esta implique determinadas formas de ver el mundo provoca diferencias entre esos grupos, algo que Van Dijk (2003) presenta contantemente como una oposición muy polarizada entre un Ellos o los Otros y un Nosotros. Esta polarización se aprecia en nuestros comportamientos sociales, entre los que se encuentra la comunicación, instrumento con el que aprendemos, fundamentamos y modificamos la ideología.

Esto es lo que da lugar a ese lenguaje de confrontación que analizaremos en las redes sociales. Se trata de un lenguaje que siempre se utiliza para criticar o tratar de convencer a un contrario, a un enemigo ideológico. Esto hace que el discurso se convierta en el arma de una guerra en la que la creatividad se pone al servicio, por una parte, de la ofensa o de la ridiculización de los Otros; y, por otra parte, de la defensa efectiva de ese Nosotros. Como ya hemos dicho, la ideología es todo un sistema de creencias, y los hablantes hacen esfuerzos por argumentarlas, defenderlas y legitimar así su forma de ver el mundo y de lo que es lo correcto, muchas veces desprestigiando las ideologías contrarias.

Cabe destacar que en muchas ocasiones los interlocutores acuden a la manipulación u otros usos de la lengua que podrían considerarse indebidos cuando defienden sus ideas o tratan de persuadir a sus oyentes. En nuestro corpus es común encontrar tergiversaciones o exageraciones que se podría decir que restan calidad al mensaje, pero que han sido emitidas deliberadamente y que son reflejo del peso que tiene la expresión de la ideología en la creación del lenguaje. Si bien la tergiversación o la manipulación son muy comunes en las redes, es interesante cómo Sánchez (2016:207) las presenta como un problema grave de la sociedad actual:

Una dificultad que se constata en los medios de comunicación y en las intervenciones ideológicas o en defensa de intereses concretos, en la sociedad actual, es el uso indebido del lenguaje. A la complejidad del diálogo entre ideologías con intereses no concordantes, se une el alto grado de manipulación de los grandes conceptos (libertad, solidaridad, igualdad, seguridad) y la distorsión de las palabras que se usan en el lenguaje común, manipulación que erosiona la racionalidad del discurso y cuestiona la buena fe de los interlocutores.

Entendida la influencia de la ideología en el discurso y cómo esta lo moldea y orienta, es importante saber de qué formas concretas puede quedar plasmada. Van Dijk (2003) explica que la ideología puede aparecer de manera implícita o explícita en muchos

niveles de la lengua, aunque es más común en algunos como el plano semántico, ya que la selección de palabras y sus relaciones pueden expresar cientos de matices que en otros planos como el de la sintaxis no son posibles.

Para cualquier tipo de repercusión o expresión ideológica en cualquier plano del discurso dicho autor (2003:56-58) se remite a cuatro premisas básicas de la ideología a partir de las cuales se construye el discurso ideológico siguiendo el esquema del Nosotros y el Ellos: *Poner énfasis en Nuestros aspectos positivos*, *Poner énfasis en Sus aspectos negativos*, *Quitar énfasis a Nuestros aspectos negativos* y *Quitar énfasis a Sus aspectos positivos*. En nuestro corpus observaremos principalmente maneras de poner énfasis en Sus malas acciones y en Sus aspectos negativos. Para llevar a cabo estas máximas de estructuración ideológica del discurso, Van Dijk (2003:58-75) explica un gran número de métodos comunes que moldean el mensaje. De entre todos ellos podemos destacar algunos de los más interesantes:

- Dar más o menos detalle al contar un hecho en función del interés personal, dejar implícito aquello que dañe Nuestra imagen, pero explicar explícitamente aquello que ataque a Ellos.
- Llevar a cabo selecciones concretas de distintos sinónimos o paráfrasis con el fin de dar matices a un concepto según la valoración que se le dé (por ejemplo, eligiendo un término peyorativo aunque con prácticamente el mismo significado a otro más neutral).
- Poner énfasis en el contraste o la oposición usando términos que suenen muy contrarios para Ellos y para Nosotros.
- Emplear constantemente ejemplos constantes de Sus malas acciones y Nuestras buenas acciones.
- Expresar negaciones aparentes del estilo de *No digo que sea culpa suya, pero...* u otras maneras de suavizar la culpa justificándonos o transfiriéndola a otros o a factores externos.
- Disimular la duda o el desconocimiento mediante la vaguedad o la ambigüedad.
- Emplear ampliamente modalidades como el deber o la necesidad para justificar acciones Nuestras que podrían ser consideradas incorrectas.
- Hacer un uso importante de la retórica.

Cabe añadir que muchos de los comentarios que analizaremos pueden ser considerados moralmente incorrectos. Sin bien esto depende muchas veces de observaciones subjetivas condicionadas por la ideología, también hay ciertos valores como la tolerancia o la empatía que tienden, o deberían tender, a ser universales e incuestionables. Las redes sociales reflejan, como hemos indicado anteriormente, el ingenio de muchos de sus usuarios y ofrecen un nuevo ámbito donde la lengua puede ser plasmada de formas muy variadas y mediante muchos recursos distintos. Sin embargo, a la misma vez, también nos muestran serias faltas de respeto hacia las ideologías o condiciones de los demás o falta de empatía o entendimiento de movimientos o situaciones sociales. Aunque nuestro análisis sea de carácter lingüístico y pragmático, es pertinente también mencionar este hecho. Sánchez (2016:206) aporta otra reflexión muy interesante sobre la absoluta libertad ideológica o de expresión y sus riesgos para el propio pluralismo ideológico: «[...] la viabilidad del pluralismo ideológico en una sociedad moderna que se apoya en un relativismo moral absoluto, no está garantizada, porque necesita unas bases mínimas cuyos límites son infranqueables para su propia supervivencia».

3. ANÁLISIS

3.1. METODOLOGÍA

Para desarrollar el análisis cualitativo de los mensajes que componen nuestro corpus hemos seguido el procedimiento siguiente. En primer lugar, tras una primera lectura de numerosos textos publicados entre el 20 de septiembre de 2019 y el 30 de enero de 2020 en Facebook, Instagram y Twitter, hemos seleccionado aquellos que con una extensión limitada transmiten un contenido ideológico social, político o religioso de gran fuerza.

En segundo lugar, de entre todos los seleccionados en la primera lectura, hemos escogido todos aquellos que presentan vocablos o estructuras gramaticales más o menos complejas que parecen indicar con mayor claridad la presencia de recursos cognitivos, pragmáticos y retóricos interesantes y significativos. A continuación, hemos identificado tales recursos y los hemos descrito de acuerdo con las nociones extraídas de la pragmática, de la lingüística cognitiva y del enfoque sociocognitivo, que forman parte de nuestro marco conceptual. Una vez identificado y descrito el recurso, examinamos de qué manera se está empleando y con qué intenciones y qué conocimientos debe compartir con el autor el lector para detectarlo y comprenderlo adecuadamente. A pesar de que, en principio, hemos pensado en un análisis individualizado de cada uno de los recursos, el estudio del corpus ha demostrado que es imposible ya que, en muchas ocasiones, los distintos mecanismos cooperan y se interrelacionan para construir las intenciones comunicativas e ideológicas que animan al autor del mensaje.

A continuación, presentamos un análisis cualitativo lo más exhaustivo posible de cada uno de los mensajes que forman el corpus.

3.2. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LOS TEXTOS

- @jcalzadabau en Twitter, 6 de octubre de 2019: **«El comunista descomunizado. Jamás se vio en la España reciente un ejemplo tan claro de como (*sic*) funcionan los regímenes comunistas. Dicen defender a los necesitados, desde Dachas que jamás podrán ver sus defendidos desde lejos, eso sí, bajo amenazas de privación de libertades».**

En este tuit observamos un uso muy efectivo del significado implícito para llevar a cabo una crítica contundente, original y compleja al político Pablo Iglesias en un mensaje muy breve.

En primer lugar, cabe destacar que nos encontramos ante dos claros ejemplos de la importancia del conocimiento compartido por emisor y receptor, ya que sin él no se puede comprender correctamente la crítica. El primero es la necesidad de conocer la polémica sobre Pablo Iglesias y el alto coste de su vivienda. Quien proceda de fuera de España o quien no tenga ningún interés o conocimiento sobre la actualidad de este tipo, no sabrá por qué se acusa a Pablo Iglesias de estar *descomunizado* o qué significa que resida en una dacha. Aquí es donde entra el segundo ejemplo: es necesario también que el receptor conozca qué es una dacha. Las dachas son viviendas de campo rusas que nacieron durante el zarismo como segunda residencia de familias acomodadas que solían apartarse del bullicio de las ciudades con cierta frecuencia, y que terminaron habitadas por algunos líderes comunistas en tiempos de la URSS. Si el lector no cuenta con esta información, no sabrá qué implica que un político de la orientación ideológica de Pablo Iglesias habite una vivienda de este tipo. Este hecho está estrictamente ligado a la teoría de la relevancia. Si los interlocutores cuentan con un contexto compartido, disponen de lo que denominan Wilson y Sperber (2004:240) la implicatura contextual y que definen como la relación simultánea entre la información aportada por el contexto y la información de la aportación nueva o el *input*. Es decir, que este tuit solo es relevante si se tiene la información contextual que hemos explicado sobre Pablo Iglesias y la hipocresía que algunos ven en el precio de su vivienda y sobre qué es una dacha.

Cabe destacar también que el término dacha remite al lector del mensaje a la metáfora PABLO IGLESIAS ES UN POLÍTICO DE LA URSS. El domino conceptual de la dacha y las conexiones que despierta en la mente del lector (una vivienda inasequible para la mayoría de la población, un político de un partido que defiende al proletariado, un país con ciudadanos en situación de pobreza, etc.) se proyectan sobre Pablo Iglesias para que el destinatario comprenda lo censurable de sus acciones a ojos del autor.

Desde un punto de vista estrictamente reducido al código, este mensaje constituye una clara violación de una de las máximas de Grice (1989), la de calidad. Sin considerar el contexto comunicativo, podemos decir que el autor no aplica esta máxima porque lo que está diciendo no se corresponde con la realidad que conocemos: Pablo Iglesias no vive en una dacha, y ni siquiera vive en Rusia. Sin embargo, si el emisor conoce a Pablo Iglesias y sus ideas, cuenta con información sobre la actualidad de España y sabe lo que es una dacha y cómo funcionaba la URSS, detectará fácilmente que el autor no está expresándose de una forma literal, sino usando una metáfora. Es un claro ejemplo de

cómo funcionan las implicaturas: el receptor conoce el contexto y tiene unas expectativas que le permiten detectar usos de este tipo y no adherirse únicamente a los significados codificados.

En el caso del término *descomunizado* detectamos también una serie de implicaturas que indican que el autor no se ha ajustado de manera estricta a las máximas. El autor emplea un neologismo probablemente espontáneo que no existe previamente en la mente del lector. Además, la combinación de este neologismo con su contrario, *comunista*, constituye un oxímoron, una figura retórica muy útil para hacer énfasis en la hipocresía, en las contradicciones del líder de una formación política con la que el autor no está de acuerdo. Está claro, además, el tono irónico que acompaña a la representación del sinsentido moral que el autor percibe mediante el sinsentido semántico que construye con el oxímoron.

Estos casos de apoyo en lo implícito y de dependencia del contexto son muy ilustrativos con respecto a la diferencia entre los actos locucionarios, ilocucionarios y perlocutivos que planteaba Austin (1955) y de los que hablábamos en el marco conceptual. Al escribir el tuit el emisor está, naturalmente, llevando a cabo un acto locucionario porque está estructurando enunciados sobre una realidad. A la misma vez está llevando a cabo también un acto ilocucionario evidente porque está expresando una opinión y emitiendo una crítica en un contexto social, con intenciones y receptores que las interpretarán, y en las que entran en juego la importancia de las implicaturas y el conocimiento compartido, aspectos de los que no dependería el acto locucionario. Como acto locucionario, el autor parecer estar simplemente dando información sobre Pablo Iglesias, pero como acto ilocucionario está expresando un reproche. Criticar y querer convencer a los demás son claros actos ilocucionarios, así que estarán muy presentes en nuestro análisis debido a la naturaleza ideológica de los mensajes de nuestro corpus. También cabe mencionar el acto perlocutivo, ya que el tuit ha provocado la adhesión que probablemente buscaba el autor: ha sido compartido por varios usuarios y otros tantos han marcado el botón «me gusta». Son, por lo tanto, consecuencias reales del acto de habla.

Con la metáfora y el oxímoron que el autor emplea podemos también observar cómo se refleja esa confrontación ideológica entre Nosotros y Ellos que explica Van Dijk (2003). En este sentido, observamos cómo el autor hace énfasis en sus aspectos negativos, al trasladar a Pablo Iglesias a un sistema político polémico y de imagen generalmente

deteriorada, el régimen soviético, que, además, sabe que traerá a la mente de muchos lectores conceptos muy negativos como el totalitarismo o la opresión. También hace énfasis concretamente en Sus malas acciones, dando gran importancia a un hecho que podría pasar desapercibido o considerarse banal como es comprarse una vivienda, pero al que le da un peso considerable al compararlo con un referente históricamente tan importante como la URSS. De esta forma, el autor recalca la gravedad que percibe en esa acción concreta de Pablo Iglesias.

Otro aspecto que mencionaba Van Dijk (2003) con respecto al reflejo de la confrontación ideológica en el discurso y que está presente en este tuit es la retórica como método para resaltar Nuestros aspectos positivos o Sus aspectos negativos, ya que en este caso el autor ha utilizado el lenguaje retórico al emplear el oxímoron para crear un claro contraste y sinsentido que ejemplifica lo que él considera un acto de hipocresía.

- @gabrielrufian en Twitter, 12 de octubre de 2019: **«[...] y que no te apuntas a la zafiedad a sueldo y simplista del patriotismo de pulserita y pandereta que impera hoy (y casi siempre) por aquí».**

En este caso encontramos otro buen ejemplo de la importancia del conocimiento compartido. El político Gabriel Rufián lleva a cabo alusiones implícitas mediante dos referencias culturales: en primer lugar, las pulseras con la bandera de España que han tenido un repunte de popularidad estos últimos años, para dirigirse al nacionalismo español; en segundo lugar, «y pandereta» para aludir al poema *El mañana efímero* de Antonio Machado como una crítica no solo al patriotismo tradicional, sino también, en cierto grado, a la propia España. Nuevamente, es esencial que se comparta un contexto cognitivo: el conocimiento del poema y de la cultura en la que nace y de las modas actuales en España.

De igual manera que en nuestro tuit anterior, nos encontramos con buen ejemplo de la diferencia entre lo dicho (lenguaje explícito y acto locucionario) que gira en este caso en torno a las referencias a la pulsera y al poema, y lo que se quiere decir (lenguaje implícito y acto ilocucionario), que es que a Rufián el nacionalismo español le parece ridículo y propio de una España ya pasada, cerrada al resto del mundo y de sacristía, una *España de pandereta*.

También cabe destacar la importancia de las implicaturas ya que, de manera literal y sin contexto, un patriotismo *de pulserita y pandereta* podría considerarse una aportación no relevante, ambigua, falsa. Sin embargo, el lector puede detectar fácilmente que Rufián no se refiere literalmente a una ideología basada en pulseras y panderetas, sino que se trata de una manera satírica e irónica de reducir el patriotismo a lo ridículo y superficial a la misma vez que hace una referencia cultural a Antonio Machado para lanzar una crítica a nuestro país.

Además, se trata de un buen ejemplo de metonimia. Rufián incita al lector a imaginar a un tipo de ciudadano tan solo refiriéndose a una imagen tan simple como la de una pulsera. Sin embargo, esta pulsera lleva a la mente del lector a visualizar a las personas que haya visto llevar algo similar, y esto lo conduce a visualizar también todo un conjunto de ideas prototípicas entre esas personas, entre el nacionalismo español más tradicional. Esta metonimia significa, por lo tanto, la sustitución de todo un sector de la población y de un sistema de ideas por un accesorio: una *pulserita*. Esta sustitución se basa en las relaciones entre los signos, conceptos y referentes, por un lado, de la pulsera y, por otro, del patriotismo.

- sir.stefan.07 en Instagram, 28 de septiembre de 2019: **«Que raro (*sic*) no veo ultras miedosos hablando de cubazuela del norte ni de chalets».**

En este comentario a un meme sobre Podemos al que, para sorpresa del autor, nadie parecía haber respondido con disgusto, se lanza una crítica y la ridiculización de un gran grupo de lectores tan solo mediante unas pocas palabras. Apelan estas líneas de manera implícita a un sector ideológico de la sociedad, se sobreentiende que principalmente, desde su punto de vista, afín a la ultraderecha política, con la referencia a *Cubazuela del Norte* por la frecuencia con la que este sector emplea la situación en Cuba, Venezuela y Corea del Norte como argumento contra el comunismo y, por extensión, contra la izquierda política en general.

En este caso encontramos otro muy buen ejemplo de la importancia de la implicatura conversacional explicada por Grice (1989) y de la posibilidad que esta brinda de violar las máximas sin que ello afecte a la comprensión o la validez de la aportación sino, por el contrario, ayudando a expresar las intenciones del autor. Al igual que ocurría con *descomunizado*, el autor emplea un término nuevo no conocido por el receptor al

hablar de *Cubazuela del Norte*, que es claramente un lugar que no existe en la conciencia colectiva como real ni como ficticio. Sin embargo, si el lector conoce esa tendencia a comparar España con dichos países, puede comprender inmediatamente que no se trata de una referencia a un lugar (está entrando en juego la implicatura), sino a un concepto satírico para tratar de ridiculizar la insistencia en esta comparación por parte de la derecha española.

Es un término que el autor, o alguien en quien se ha inspirado, ha inventado, y que apunta claramente a esos Otros (Van Dijk 2003) que mencionábamos: todos aquellos que usan como crítica la situación en esos países de una forma tan constante que termina por parecerle repetitiva y ridícula al autor, razón por la que decide reducirla al absurdo mediante un país ficticio que combina Cuba, Venezuela y Corea del Norte en un comentario en el que el humor es un arma ideológica que resalta los aspectos negativos de los Otros (en este caso su falta de originalidad y su obstinación).

- Fran Pérez Camacho en Facebook, 20 de septiembre de 2019: **«Susanita. A su derecha tiene a Albert y a su otra derecha tiene a Santiago. Es lo más parecido a un video de brazzers que puede verse en abierto».**

Se trata de una crítica a posturas de la periodista Susanna Griso que la acercaría, según el autor del mensaje, a la derecha política. Este autor condena de forma implícita la posición política de la presentadora mediante una metáfora que se materializa en la superficie del texto con las referencias tanto a los políticos Albert Rivera y Santiago Abascal como a Brazzers, una página web de pornografía: LA POSTURA POLÍTICA DE SUSANNA GRISO ES PORNOGRAFÍA. Lo primero que necesita comprender el receptor es que para explicar el ideario de Susanna Griso se está haciendo uso del nombre de una página web de este tipo. Se trata de un dato contextual absolutamente necesario para entender la metáfora en un mensaje que, posiblemente, va dirigido a los jóvenes ya que estos suelen encontrarse mucho más cercanos a todo lo referente al mundo de internet y tratan con más frecuencia ámbitos como la pornografía que, para ellos, no constituyen un tabú.

Esta metáfora es también claramente denigrante: situar a la mujer entre dos políticos en lo que el autor describe como material pornográfico tiene la intención de que el receptor evoque la imagen de una postura de sumisión. En definitiva, esta metáfora

conceptual proyecta la sumisión sexual común en este tipo de vídeos sobre el sometimiento a unas ideas o tendencias políticas.

Por otra parte, el autor juega con el término *derecha* en su sentido político y su sentido espacial para situar a la periodista entre dos derechas, lo cual es lógicamente imposible en el mundo real. Pero el lector capta la implicatura conversacional, entiende que el autor no está hablando del espacio en un sentido literal sino empleando una clara metáfora conceptual que utiliza el mundo físico para expresar una idea abstracta del mundo ideológico (Soriano 2012:87, Ruiz de Mendoza y Galera, 2010:107). El emisor hace ver que, desde su punto de vista, Griso se ha movido tanto hacia la derecha política que la izquierda pasa a desaparecer mediante la metáfora LA POSTURA POLÍTICA DE SUSANNA GRISO ES LA DESAPARICIÓN DE LA IZQUIERDA.

- @Hantoni00 en Twitter, 7 de octubre de 2019: **«Los primos del pueblo se casan entre ellos».**

En este tuit, el autor está contestando a una noticia sobre una posible coalición entre los partidos políticos Ciudadanos y UPyD. Claramente se trata de la ridiculización de ambos partidos y del propio pacto. Es interesante porque es uno de los comentarios más breves y con más carga implícita de nuestro análisis. Además, es altamente dependiente del contexto y, por lo tanto, es un ejemplo óptimo de cómo un mensaje, inmerso en una determinada situación comunicativa, puede adquirir un sentido o significado referencial o intencional muy distinto al de su significado lingüístico (Ordóñez 2002:31-33).

Al igual que en cualquier otro caso, el conocimiento compartido es esencial. Esto estará siempre muy presente porque, al fin y al cabo, los mensajes emitidos públicamente en las redes sociales esperan alcanzar un grupo inmensamente amplio de lectores y no un único destinatario específico, por lo cual los usuarios se apoyan en aquello que presuponen que será conocido por sus potenciales lectores. Es generalmente sabido por conocimiento común que en las poblaciones pequeñas y apartadas es donde más se dan casos de matrimonio entre familiares, pues las opciones de conocer a gente nueva o externa al pueblo son generalmente reducidas. Para extraer conclusiones, el lector primero interpretará que con el matrimonio de dos primos en un pueblo pequeño el autor está, muy probablemente, refiriéndose, por un lado, a las escasas posibilidades que tienen

Ciudadanos y UPyD de llegar a pactos en el panorama político actual de España y, por otro, a las semejanzas que atribuye a ambos partidos, con los que no parece simpatizar.

Por lo tanto, podemos detectar la clara metáfora EL PACTO ENTRE CIUDADANOS Y UPYD ES UN MATRIMONIO ENTRE PRIMOS DEL PUEBLO. Por otra parte, encontramos un tono humorístico en esta metáfora en la que el autor parece emplear, como es común, lo rural como representación de lo cómico o poco sofisticado.

También se trata este de un ejemplo especialmente ilustrativo sobre lo acertado de la teoría de la relevancia. Tomado de forma literal, este comentario estaría fuera de lugar porque la noticia que comenta no habla de nada relacionado, ni remotamente, con la endogamia en las zonas rurales. Sin embargo, si recordamos que «cualquier *input* (una percepción visual, un sonido, un enunciado, un recuerdo) es relevante para un sujeto cuando entra en contacto con una información previa de la que éste dispone» (Wilson y Sperber 2004:239-240), comprendemos que, si el lector comparte ciertos conocimientos y comprende la referencia, entenderá que el autor, haciendo uso de la máxima de pertinencia o relación (Grice 1989), está burlándose de los partidos y de su pacto. Por lo tanto, el enunciado resulta completamente relevante.

También cabe recordar a propósito de este mensaje la afirmación de Van Dijk (2003:21) de que «la gente no solo tiene creencias personales de las experiencias personales; también comparte creencias más generales con los demás, con los miembros del mismo grupo o incluso con miembros de otras sociedades o culturas». Podemos aplicar esta afirmación a nuestro comentario porque, a pesar de que un lector pueda estar en completo desacuerdo con el autor e incluso sentirse ofendido por su ataque si simpatiza con alguno de los partidos o con ambos, entiende que pueden considerarse lamentables o decepcionantes situaciones como la falta de acuerdo y diálogo entre tendencias políticas diferentes en España, lo que reduce las posibilidades de pactos a partidos de tendencias muy similares, el alejamiento de muchos partidos con respecto a sus principios e ideas iniciales o los pactos desesperados. Además, es posible también que el lector sepa que es habitual que la endogamia despierte cierto recelo de la sociedad o de parte de ella.

- Juan Álvarez en Facebook, 19 de octubre de 2019: «**Hay más gente escuchando a los testigos de Jehová**».

Este comentario es una respuesta a una noticia sobre una manifestación a favor de la independencia de Canarias. Podemos observar en él una muy buena fusión del significado implícito materializado en una referencia cultural que el lector tendrá que detectar y del humor y la ironía que se emplean para ridiculizar y menospreciar toda una ideología comparándola con algo que comparta alguna característica o condición negativa con ella.

Volvemos a hallarnos ante un buen ejemplo de la importancia de la teoría de la relevancia y de una estricta dependencia del conocimiento compartido. El comentario funciona de la misma manera que el que acabamos de analizar. Si en aquel se comparaba un pacto político con un matrimonio entre los primos de un pueblo para sugerir las pocas posibilidades de llegar a otros pactos o la similitud entre los partidos, en este se compara la manifestación independentista canaria con la poca atención que se presta a un grupo religioso minoritario en Canarias para que el lector infiera que el independentista es un movimiento poco relevante en nuestras islas. Todo lector que comparta cierto contexto cognitivo sabrá qué significa que haya más gente escuchando a los testigos de Jehová, porque conocerá el hecho de que estos últimos constituyen un grupo que trata constantemente de difundir sus creencias en medio de la indiferencia y la poca atención que le presta la mayoría de la sociedad. Está haciendo un paralelismo entre dos grupos cuya ideología es minoritaria y no suele ser tomada en cuenta, y en esa comparación el independentismo canario sale perdiendo. Por supuesto, sin esta información contextual compartida, el comentario resultaría poco relevante, pero su correcta relación con la situación comunicativa y sus distintos factores permiten que lo sea. Tal y como encontramos en otros numerosos casos, la relevancia del texto está ligada también con la máxima de pertinencia o relación de Grice (1989), que explicaba cómo la información nueva que se aporte debe resultar útil en la situación comunicativa. Ya que en este caso los testigos de Jehová no tendrían ninguna importancia en la temática que se está tratando podría considerarse que se está violando dicha máxima, pero la intervención de las implicaturas (los testigos de Jehová se están empleando solo como comparación hecha para desprestigiar el independentismo) hacen que esa violación no atente contra la efectividad de la comunicación.

Por último, podemos mencionar nuevamente los actos de habla de Austin (1955) porque se trata de un muy buen ejemplo de cómo difiere el mensaje como acto locucionario e ilocucionario y refleja claramente la importancia del uso real y social de la

lengua frente a una visión puramente enunciativa y veritativa. Desde un punto de vista locucionario, el comentario simplemente expresa el hecho de que los testigos de Jehová reciben más atención por parte de la sociedad que la manifestación independentista, lo que significa que está enunciando una información sobre la realidad de ambos movimientos. Sin embargo, como acto ilocucionario es una burla y una manera de desprestigiar la ideología de los Otros. Por lo tanto, observamos cómo se cumple la definición de acto ilocucionario que da Austin (1955:65): «llevar a cabo un acto al decir algo, como cosa diferente de realizar el acto de decir algo». El autor está enunciando información sobre la realidad de los testigos de Jehová, pero está llevando a cabo el acto de burlarse y no de informar.

- Luis Hernández Vera en Facebook, 19 de octubre de 2019: **«Tengo mis dudas de si esto es una concentración independentista o feriantes vendiendo artículos de feria, propiamente dicho [...]».**

Este comentario se enmarca en el mismo contexto, la noticia sobre la manifestación en defensa de la independencia de Canarias. Nuevamente, el autor emplea una referencia cultural para menospreciar una ideología en una comparación con otro referente con el que comparta alguna característica o condición negativa, y detectamos también claras intenciones humorísticas.

En este caso, el motivo de burla es la poca seriedad o sensatez que el autor encuentra en las ideas que la manifestación defiende. Esto lo expresa presentándola como algo más banal que una actividad política: comerciantes vendiendo artículos típicos de una feria en un ambiente desenfadado y de entretenimiento, y probablemente siendo ruidosos y llamando la atención de los posibles compradores. De esta forma, el autor pretende expresar la idea de que la manifestación y la ideología en la que se basa no le parecen asuntos serios sino de poca relevancia y credibilidad. Se trata, por lo tanto, de una burla mediante una metáfora: EL INDEPENDENTISMO CANARIO ES UN ARTÍCULO DE FERIA. El lector evoca todo aquello propio de una feria y de lo que se vende en ella y aplica estas características al movimiento político que se está desprestigiando. Es un buen ejemplo del mecanismo básico de la metáfora conceptual: el independentismo es un concepto abstracto que aparece expresado en términos de conceptos más corpóreos, los artículos de feria.

En este comentario podemos percibir también, al igual que en el que hablaba de los testigos de Jehová, la presencia clara de la confrontación ideológica explicada por Van Dijk (2003): ambos autores están, al fin y al cabo, haciéndoles saber a sus contrarios que considera que las ideas que defienden son poco serias o destacando que generan rechazo o indiferencia.

- Pedro Hernández Paz en Facebook, 19 de octubre de 2019: «**Alegranza independiente, allí caben todos**».

- Raquel Álvarez Ramos en Facebook, 19 de octubre de 2019: «**Los veo muy felices en la colonia, será por el buen olor que desprende**».

Estos comentarios que responden a la misma noticia sobre la manifestación independentista siguen líneas muy similares a los que hemos analizado anteriormente, aunque hacen un empleo aún más evidente del humor. Así, ambos autores hacen bromas ingeniosas que tienen la finalidad tanto de atraer y divertir al lector como de expresar su rechazo a las ideas independentistas no mediante críticas argumentadas, sino mediante el humor que reduce las ideas de Ellos a lo ilógico o cómico. Como explica Alvarado (2012:9), una de las funciones atribuidas al humor y la ironía es «mostrar la superioridad del hablante frente al oyente».

El primer ejemplo ridiculiza la ideología independentista al afirmar que los manifestantes caben, por su escaso número, en el islote de Alegranza para expresar que le parece un movimiento ideológico ridículamente minoritario.

El segundo comentario emplea el sustantivo *colonia* para hacer un juego de palabras entre el término *agua de colonia*, definido por el *Diccionario de la lengua española* (2020) como ‘Perfume compuesto de agua, alcohol y esencias aromáticas’ y el vocablo *colonia*, ‘Territorio dominado y administrado por una potencia extranjera’ (DLE 2020), presente en uno de los mensajes de los manifestantes que rezaba que Canarias es territorio colonizado. Vemos, nuevamente, que el humor es un arma eficaz que relega la ideología del contrario a un nivel inferior, pues la autora presenta la manifestación y la idea de que Canarias es aún una colonia como una simple razón por la que reírse y no como una idea que pueda ser seriamente defendida. Además, este tipo de críticas humorísticas son siempre altamente atractivas para los lectores. Este empleo del humor

está, por lo tanto, directamente relacionado con la amplia presencia de la retórica en el discurso ideológico que explica Van Dijk (2003).

- @Santi_ABASCAL en Twitter, 8 de octubre de 2019: «(...) **Son el plus ultra del comunismo. Son talibanes**».

En este tuit el político Santiago Abascal responde a una noticia sobre el posible derribo de la Cruz del Valle de los Caídos por parte del Gobierno de España. Son especialmente destacables la naturaleza retórica del mensaje y la clara presencia del discurso ideológico de confrontación.

Entre los recursos que emplea Santiago Abascal en este mensaje destaca la hipérbole, ya que exagera de forma considerable las acciones del contrario y lo inadecuado que percibe en ellas hasta llegar a describirlas como más extremistas que el comunismo y a compararlas con las acciones violentas de un grupo de fanáticos intransigentes (DLE 2020): los talibanes. Además, esta hipérbole se fusiona en un juego de palabras con *plus ultra*, que es el lema oficial de España. Con todo esto, el mensaje se convierte en un ejemplo del modo en que, en las redes sociales, una gran carga de información puede condensarse con gran originalidad en muy pocas palabras. Por supuesto, para desentrañar la crítica, es necesario que del contexto cognitivo del lector forme parte el conocimiento del comunismo, de los talibanes y del lema oficial de España y su significado.

Es también este mensaje un modelo de cómo se pone en juego en las redes sociales lo que Van Dijk (2003) apunta sobre el discurso ideológico: el énfasis en sus malas acciones mediante el uso del dominio cognitivo evocado por el término *talibanes* (LOS MIEMBROS DEL GOBIERNO DE SÁNCHEZ SON TALIBANES) y la construcción *plus ultra del comunismo*, que despiertan en la mente del lector conexiones con el extremismo, el radicalismo, el integrismo y, con ello, el desprestigio de la ideología de la izquierda española.

Por supuesto, se trata de un mensaje que no puede ser interpretado literalmente y que requiere, por lo tanto, el lector infiera la violación de las máximas de pertinencia o relación y de calidad y la presencia de las implicaturas que justifican esta violación que en numerosas ocasiones hemos encontrado y explicado, ya que menciona información

sobre el comunismo y los talibanes que sin las implicaturas no tendría relación con el tema que se está tratando, y porque el Gobierno de España no está compuesto literalmente por talibanes.

- @javiernafer en Twitter, 11 de octubre de 2019: «**Pedirle (*sic*) a vuestro imaginario dios que las castigue con las plagas de Egipto**».

En este tuit podemos centrarnos en la expresión de la confrontación ideológica. Encontramos un elemento básico, que es la separación clara entre Nosotros y Ellos (Van Dijk 2003) mediante el posesivo *vuestro*: el autor aleja de sí a Dios y lo presenta como perteneciente solo a los Otros a la misma vez que lo tacha de imaginario. Por lo tanto, ataca claramente a la ideología, en este caso religiosa, de los Otros a la misma vez que deja entrever la superioridad de su propia ideología, porque la primera está basada en lo que él considera pura imaginación.

En el empleo de este término, *imaginario*, como arma de confrontación, encontramos también un buen ejemplo de la importancia de la intencionalidad y el contexto. Aunque la palabra *imaginario* no sea propiamente peyorativa, sí lo es en este caso si los lectores comparten cierto contexto cognitivo, reconocen la intención de ridiculización del autor y detectan, por lo tanto, la implicatura de que afirmar que un dios es imaginario significa menospreciar la religión que lo venera. Lo mismo ocurre con la mención irónica que hace de las plagas de Egipto, que implica la misma intención comunicativa de menospreciar dicha corriente religiosa.

Con el empleo del adjetivo *imaginario* se refleja también, indirectamente, uno de los mecanismos de expresión de la ideología en el discurso que explica Van Dijk (2003:62-63): la elección de determinados sinónimos o paráfrasis siguiendo patrones ideológicos. Donde el autor podría haber escrito simplemente *Dios* y todos los lectores habrían entendido que se refiere al Dios cristiano por el contexto cultural y geográfico y su aparición en el posttexto de la mención de las plagas de Egipto, ha decidido insertar la construcción *vuestro dios imaginario*, lo cual no altera sustancialmente el significado básico pero deja la clara huella ideológica de que es un dios en el que él no cree. Además, no se molesta en escribir *Dios* con mayúscula, presentándolo así como un dios cualquiera, lo que puede resultar muy peyorativo para un católico. También podemos destacar que la aparición explícita del término *imaginario* refleja la sustitución de creencia por

imaginación, lo cual tiene también una clara intención de desprecio al cristianismo. Por lo tanto, aunque no parezca estar sustituyendo una palabra concreta que aparezca frecuentemente junto a *Dios*, sí encontramos nuevamente, aunque no plenamente explícito, ese proceso de elección de términos o paráfrasis sinonímicas con intenciones de desprestigio ideológico.

- @_rafa_99_ en Instagram, 30 de enero de 2020: **«Huele a rancio por estos comentarios».**

Con este comentario nos encontramos ante otro claro ejemplo de metáfora conceptual con la expresión *oler a rancio*. El mensaje se enmarca en una sección de comentarios principalmente conservadores, a los que el autor responde con disgusto expresando lo retrógradas que encuentra las ideas de los demás usuarios mediante una metáfora conceptual que emplea el dominio cognitivo del olor que desprende una sustancia corrompida (LOS COMENTARIOS SON UNA SUSTANCIA CORROMPIDA). Juega con todo lo que el significado de esta expresión conlleva para expresar su opinión respecto a las ideas que ha leído, un muy buen ejemplo de cómo «utilizamos nuestro conocimiento de un campo conceptual, por lo general concreto o cercano a la experiencia física, para estructurar otro campo que suele ser más abstracto» (Soriano 2012:87), ya que esas ideas conservadoras pertenecen al plano abstracto y mental y el olor y la descomposición forman parte del plano físico y corpóreo. El lector sabe, por su experiencia física, que aquello que está en mal estado o es muy antiguo tiene un olor desagradable muy característico, y materializa las ideas conservadoras en elementos que, de ser físicos, serían tan antiguos que se encontrarían ya podridos y desprendiendo ese *olor a rancio*. Está extrayendo las ideas conservadoras de su dominio conceptual y trasladándolas al dominio conceptual de la antigüedad, la descomposición y el olor.

- @pacoelde_triana en Instagram, 29 de enero de 2020: **«Increíble, ya ni los progres ladran cuando salen estas nuevas noticias de hace dos años (...)».**

En este comentario podemos destacar, principalmente, otra la metáfora conceptual muy ilustrativa e interesante: LAS PERSONAS PROGRESISTAS SON PERROS.

La metáfora conceptual que encontramos aquí se materializa en el empleo del verbo *ladrar*. El autor está sustituyendo un verbo que podría ser probablemente *quejarse* por un verbo perteneciente a otro dominio conceptual. Hace que el lector visualice la imagen de un perro ladrando, es decir, un animal en lugar de una persona y unos sonidos escandalosos y carentes de significado en lugar de argumentos racionales. Haciendo esto, el autor rebaja a quienes se quejan a la categoría de animales, lo cual es sumamente peyorativo. Presenta a sus contrarios ideológicos como capaces solo de ladrar y no de razonar o argumentar: un concepto abstracto y humano como es expresar desacuerdo es enunciado mediante un referente del mundo corpóreo, el ladrido, algo que el lector conoce por su experiencia en el mundo físico.

El empleo de esta metáfora constituye también una evidente degradación de los Otros acorde con lo explicado por la teoría de Van Dijk (2003). Rebajar la manera en la que los Otros expresan su desacuerdo al nivel de un ladrido es una clara expresión de la opinión del autor de que estos se muestran disconformes con mucha frecuencia hasta alcanzar un punto que encuentra molesto. La combinación de la metáfora con *ladrar* y el término *increíble* para expresar la sorpresa que le genera la ausencia de quejas es un claro énfasis en Sus malas acciones, en este caso expresado en la idea de que los Otros no están de acuerdo con nada o no aportan nada útil aparte de quejas. De esta forma presenta el progresismo como una ideología ultrasensible o demasiado inconformista, hecho común entre los sectores más conservadores, poniendo como prueba Su mala acción de quejarse o estar disconformes demasiado a menudo.

4. CONCLUSIONES

En este capítulo expondremos las conclusiones que hemos extraído de nuestro trabajo, indicando si hemos alcanzado nuestro objetivo y cuáles son nuestras impresiones finales.

El análisis exhaustivo de los textos seleccionados nos ha permitido, tal y como buscábamos, detectar con éxito cuáles son los recursos cognitivos, pragmáticos y retóricos más comúnmente empleados en los debates ideológicos que tienen lugar en las redes sociales.

La gran cantidad y variedad de recursos que hemos encontrado en textos tan breves y concisos como los de nuestro corpus demuestra que, tal y como planteábamos inicialmente, este tipo de intercambios reflejan de forma muy efectiva las posibilidades que brinda la lengua para expresar una gran cantidad y variedad de ideas y realizar distintos actos de habla que se materializan en unos textos que se alejan normalmente de lo explícito y de lo literal. Hemos corroborado cómo el afán de los emisores por expresar algo tan complejo y abstracto como la ideología en un entorno en el que la brevedad viene impuesta y el público es considerablemente amplio y heterogéneo los lleva a sacar el máximo provecho a las distintas herramientas cognitivas y pragmáticas. Esto da lugar a un lenguaje rico en recursos que permiten inferir la intención comunicativa del emisor, siempre y cuando el receptor comparta el conocimiento de todos los factores contextuales que rodean el mensaje y detecte, por ejemplo, el quebrantamiento de las máximas, o el empleo del humor, o el uso de la metáfora o de la metonimia.

Así, en nuestro corpus hemos detectado una amplia presencia de elementos del contexto cognitivo: referentes culturales, históricos, geográficos, etc., que abarcan desde la noción de grupos religiosos minoritarios en nuestro archipiélago, los testigos de Jehová, a las referencias a la URSS, el agua de colonia, las ferias, la pornografía o el islote de Alegranza, entre otros. Del mismo modo, hemos encontrado el empleo de la metáfora conceptual (PABLO IGLESIAS ES UN POLÍTICO DE LA URSS, LA POSTURA POLÍTICA DE SUSANNA GRISO ES LA DESAPARICIÓN DE LA IZQUIERDA, EL PACTO ENTRE CIUDADANOS Y UPYD ES UN MATRIMONIO ENTRE PRIMOS DEL PUEBLO, EL INDEPENDENTISMO CANARIO ES UN ARTÍCULO DE FERIA, etc.) y de la metonimia (*patriotismo de pulserita y pandereta*), junto con recursos retóricos del tipo oxímoron (*comunista descomunizado*) y la hipérbole (*son el plus ultra del comunismo. Son talibanes*).

Por otro lado, es muy frecuente que los autores de los mensajes que hemos analizado recurran a la ironía y al humor. Todos estos mecanismos que utilizan los distintos emisores con el propósito de desprestigiar a aquellos que no forman parte de su grupo ideológico aportan al texto unos significados implícitos que deberá detectar e interpretar el receptor.

La identificación y caracterización de todos estos recursos en los mensajes objetos de nuestro análisis cualitativo nos permite afirmar que hemos alcanzado con éxito el objetivo que presentábamos en la introducción de este trabajo, pues hemos demostrado cómo la ideología moldea considerablemente la lengua cuando la finalidad es expresar las ideas propias y criticar las ideas del adversario, hasta llegar a convertirse en el arma principal del debate en un medio, el de las redes sociales, donde, además, es imprescindible que el usuario sea capaz de condensar ideas complejas en muy pocas palabras.

Por otra parte, la gran cantidad de recursos presente en nuestro corpus y la variada naturaleza de cada uno de ellos nos conducen a la conclusión de que las redes sociales, al igual que pueden afectar negativamente a la lengua en algunos aspectos, generan también condiciones que conducen a la aparición de un modo de comunicación rico, original y variado. Podemos decir, por lo tanto, que nuestro estudio abre las puertas a otras investigaciones futuras sobre distintos aspectos culturales, cognitivos y comunicativos de los mensajes que forman parte del debate ideológico en las redes sociales.

Los textos breves y condensados de la confrontación ideológica son, además, un campo de estudio interesante para la traducción por las distintas dificultades que podría plantear al traductor el tratar de conservar todos los matices ideológicos e intencionales, las presuposiciones y los referentes en el traslado del mensaje de una lengua a otra.

También podemos añadir a nuestras conclusiones una reflexión que se extiende más allá de la lengua. Puesto que plasma cómo conciben la realidad aquellos que la usan, la lengua refleja las actitudes que muchos hablantes toman a la hora de enfrentarse a un desacuerdo ideológico. Hemos observado en nuestro estudio textos que no sobrepasan el límite del respeto, pero nos hemos encontrado también frente a algunos casos, lamentablemente frecuentes, que buscan la humillación de los Otros. Si bien nuestro estudio ha llevado a cabo una selección y un análisis basado la lengua y por lo tanto no hemos ido a la búsqueda concreta de los comentarios más duros o irrespetuosos, sería

interesante proponer como campo de estudio para futuros trabajos cómo las redes sociales recogen millones de comentarios que materializan actitudes e ideologías peligrosas o discriminatorias. Las redes sociales son un gran corpus en constante actualización de textos sociales que recogen información sumamente interesante y multidisciplinar y queda inmortalizada en ellas la huella de lo que ocurre en la sociedad y en las mentes de todos aquellos individuos y grupos que las emplean para expresarse.

5. BIBLIOGRAFÍA

- Alvarado Ortega, M. Belén. 2012. «Una propuesta de estudio para el humor en la conversación coloquial». *Estudios de Lingüística Universidad de Alicante* 26. 7-28. Documento de Internet consultado el 18/03/2020 en https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/28722/1/ELUA_26_01.pdf
- Austin, John Langshaw. 1955. *Cómo hacer cosas con palabras*. Edición electrónica de www.philosophia.cl / Escuela de Filosofía Universidad ARCIS.
- Croft, William; Cruse, D. Alan. 2008. *Lingüística cognitiva*. Madrid: Ediciones Akal.
- Grice, Paul. 1989. *Studies in the Way of Words*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.
- Gutiérrez Ordóñez, Salvador. 2002. *De pragmática y semántica*. Madrid: Arco/Libros.
- Haverkate, Henk. 1985. «La ironía verbal: un análisis pragmalingüístico». *Revista Española de Lingüística* 15. 343-392. Documento de Internet consultado el 19/03/2020 en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=41167>
- Ibarretxe-Antuñano, Iraide. 2013. «La lingüística cognitiva y su lugar en la historia de la lingüística». *Revista española de lingüística aplicada* 26. 245-266.
- Leech, Geoffrey; Thomas, Jenny. 2000. «Lenguaje, significado y contexto: Pragmática». En: Jorge Gómez (ed.) *Pragmática. Conceptos claves*. Quito, Ecuador: Ediciones Abya-Yala. 9-69. Documento de Internet consultado el 10/03/2020 en: https://digitalrepository.unm.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1430&context=abya_yala
- Levinson, Stephen C. 1989. *Pragmática*. Barcelona: Editorial Teide. Documento de Internet consultado el 05/04/2020 en: <http://pdfhumanidades.com/sites/default/files/apuntes/Stephen%20C.%20Levinson.%20%20PRAGMATICA.pdf>
- Moreno Mojica, Javier Aníbal. 2015. «La lingüística cognitiva: una aproximación al abordaje del lenguaje como fenómeno cognitivo integrado». *Análisis: Revista Colombiana de Humanidades* 48 (88). 41-51. Documento de Internet consultado el 27/02/2020 en: <https://revistas.usantotomas.edu.co/index.php/analisis/article/view/2719/2625>
- Ochs, Elinor. 2000. «La universalidad de los postulados conversacionales». En: Jorge Gómez (ed.) *Pragmática. Conceptos claves*. Quito, Ecuador: Ediciones Abya-Yala. 97-121. Documento de Internet consultado el 10/03/2020 en: https://digitalrepository.unm.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1430&context=abya_yala
- Panther, Klaus-Uwe; Thornburg, Linda L. 2007. «Metonymy». En: Dirk Geeraerts; Hubert Cuyckens (eds.) *The Oxford Handbook of Cognitive Linguistics*. Nueva York: Oxford University Press. 236-263.
- Pratt, Mary Louise. 2000. «La ideología de la teoría de los actos del habla». En: Jorge Gómez (ed.) *Pragmática. Conceptos claves*. Quito, Ecuador: Ediciones Abya-Yala. 71-

95. Documento de Internet consultado el 10/03/2020 en: https://digitalrepository.unm.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1430&context=abya_yala
- Real Academia Española. 2020. *Diccionario de la lengua española*. Consultado el 10/03/2020 en <https://dle.rae.es>
- Ruiz de Mendoza Ibáñez, Francisco José; Galera Masegosa, Alicia. 2010. «Mecanismos cognitivos en la conceptualización del mundo. La metáfora». *Cuadernos de Neuropsicología* 4 (2). 106-111. Documento de internet consultado el 03/03/2020 en <http://www.cnps.cl/index.php/cnps/search/search>
- Sánchez Blanco, Jerónimo. 2006. «Octava comunicación: Pluralismo ideológico y conflictividad en la sociedad actual». En: L. Feito (ed.) *Actas de reuniones de las Jornadas Encuentros y tensiones entre ideologías ASINJA Asociación Interdisciplinar JOSÉ DE ACOSTA* 32. Galapagar: Publicaciones de la universidad pontificia Comillas de Madrid. 195-208.
- Santos Varona, Leticia. 2017. «El dogma extensionalista de las aproximaciones veritativo-condicionales del significado». *Contrastes. Revista Internacional de Filosofía* 22 (2). 155-172.
- Silva-Corvalán, Carmen; Enrique-Arias, Andrés. 2017. *Sociolingüística y pragmática del español*. Washington, DC: Georgetown University Press.
- Soriano Salinas, Cristina. 2012. «La metáfora conceptual». En: Iraide Ibarretxe-Antuñano; Javier Valenzuela Manzanares (coords.) *Lingüística Cognitiva*. Barcelona: Anthropos. 87-109. Documento de Internet consultado el 05/03/2020 en <https://archive-ouverte.unige.ch/unige:98126>
- Van Dijk, Teun A. 2003. *Ideología y discurso*. Barcelona: Editorial Ariel.
- Wilson, Deirdre; Sperber, Dan. 2004. «La teoría de la relevancia». *Revista de Investigación Lingüística* 7. 233-282. Documento de Internet consultado el 10/04/2020 en: <https://revistas.um.es/ril/article/view/6691/6491>
- Xin, Yin. 2016. *Las teorías de los actos de habla: una sinopsis* (Trabajo de fin de Máster). Oviedo: Universidad de Oviedo. Documento de Internet consultado el 03/04/2020 en: http://digibuo.uniovi.es/dspace/bitstream/10651/42654/6/TFM_Yin%20Xin.pdf