

13. Series enumerativas y populismo en el discurso político español en Twitter

Ana Pano Alamán

Università di Bologna

Abstract

This chapter presents the results of an analysis of list constructions within a corpus of tweets published by five Spanish political leaders. The series are analyzed in relation to the main features of the populist discourse, namely, the constant appeal to the people facing a threat, which is connected to other political actors and social groups, and the creation of clashing antagonisms between these two actors. The results indicate that the series are employed in the corpus as intensifying argumentative strategies and to establish an opposition between us and them, which can be more or less exacerbated according to the sociopolitical context.

1. Introducción

Si hay algo en lo que coinciden la mayor parte de los numerosos estudios dedicados a analizar el populismo en años recientes (Mudde 2004; Laclau 2005; Mudde & Rovira-Kaltwasser 2012; Moffitt 2016; Müller 2016, entre otros) es que no es posible dar una definición unívoca del concepto. Esto se debe principalmente a la dificultad de adoptar un modelo explicativo que permita entender las múltiples manifestaciones del populismo en distintos países, en diferentes épocas y en relación con ideologías contrapuestas. Los estudios publicados en estos últimos años señalan que el populismo puede entenderse como ideología, como estrategia política y como estilo político. Como ideología, el populismo sería una visión de la sociedad separada en dos grupos homogéneos: el pueblo o la gente vs. la élite o los otros, que privan al primer grupo

Cómo citar este capítulo de libro:

Pano Alamán, A. 2023. Series enumerativas y populismo en el discurso político español en Twitter. In: Roitman, M., Bernal, M., Premat, C. & Sullet-Nylander, F. (eds.) *The New Challenges of Populist Discourses in Romance Speaking Countries*, pp. 283–301. Stockholm: Stockholm University Press. DOI: <https://doi.org/10.16993/bcj.n>. License: CC BY-NC.

de voz; como ideología delgada carece de un centro programático y de ideas concretas sobre la manera de tratar los problemas sociales, por lo que puede asociarse a ideologías tanto de izquierdas como de derechas (Mudde & Rovira-Kaltwasser 2012). El populismo también se entiende como estrategia política que se emplea para obtener o mantener el apoyo de amplias capas de la sociedad. En este sentido, sería una “retórica que tiene como fin explotar políticamente el resentimiento social acumulado en periodos de crisis” (Arias Maldonado 2016). Por último, el populismo como estilo político remite, por un lado, a una forma comunicativa con determinadas cualidades performativas (Moffitt & Torney 2014), y, por otro, a un tipo de discurso que reelabora el concepto de pueblo, simplifica el discurso político y forma antagonismos irreconciliables (Charaudeau 2009; Müller 2016). Este trabajo se centra en esta manifestación del populismo, esto es, el discurso populista, “en función del proceso de su enunciación dentro de cierto dispositivo de comunicación” (Charaudeau 2009: 257). En concreto, se ocupa del discurso populista en Twitter (hoy denominado X), un ámbito que ha sido explorado en años recientes (Van-Kessel & Castelein 2016; Engesser, Fawzi & Larsson 2017; Alonso-Muñoz & Casero-Ripollés 2018). En estos estudios se asume que, si bien el populismo surge por el debilitamiento de las ideologías políticas y la disolución de los vínculos entre votantes y partidos, no puede desligarse del impacto que las tecnologías digitales han tenido en la sociedad actual (Vallespín & Martínez-Bascuñán 2017).

A partir de estas consideraciones, se presentan en este artículo los resultados de un análisis lingüístico-pragmático, cuyo objetivo es investigar el discurso político español en Twitter/X su conexión con el discurso populista. El análisis, que busca comprender cómo se representan en los medios digitales los discursos de inclusión y exclusión, se centra en un específico mecanismo discursivo, el de la serie enumerativa, que en el discurso político español tiene funciones argumentativas y persuasivas y valores de intensificación.

2. Marco teórico

De acuerdo con Aslanidis (2018), cuando se habla de populismo es necesario considerar que la movilización populista exhibe siempre un discurso anti-élite en nombre del Pueblo soberano, cuyas huellas pueden rastrearse en distintos textos. En particular, cabe tener en cuenta que el discurso populista “*inevitably manifests in degrees of intensity:*

it can be employed at different levels of frequency by different agents and its ensuing cross-case and cross-temporal variation undermines—or at least questions—rigidly dichotomous classifications” (Aslanidis 2018: 1242, cursiva del autor). Relacionado con este último aspecto, Charaudeau (2009: 259) recuerda que los contextos históricos y políticos en los que se manifiesta pueden variar considerablemente. A pesar de ello, es posible identificar en estos discursos algunos puntos en común como, por ejemplo, una narrativa centrada exclusivamente en la crisis social, identitaria o económica y en el riesgo o la amenaza de un enemigo interior o exterior. Esta narrativa presenta, además, marcas de negatividad, emocionalidad y sociabilidad (Ernst et al. 2019), que remiten a escenarios en los que impera la inseguridad y que se apoyan en enunciados asertivos y en un registro coloquial. Para Charaudeau (2019), el discurso populista participa de una estrategia destinada a construir una opinión pública favorable a un líder político, ya sea en la instancia de conquista de poder, ya sea en la de mantenerse en el poder, por lo que se inscribe en el contrato de todo discurso político. La instancia política desarrolla un discurso que describe el estado de desorden social que sufre la sociedad, denuncia a los responsables de ese desorden y defiende los valores que deben garantizar el bienestar de todos. El discurso populista se elabora también sobre estos tres pilares, pero llevándolos al exceso, de tal manera que “el desorden social es exacerbado y el mal es presentado de manera casi apocalíptica; los responsables se convierten en los culpables de todos esos males y los adversarios deben ser eliminados. En cuanto a los valores, son defendidos de manera paroxística” (Charaudeau 2019: 105). Por ello, afirma este autor, el discurso populista puede verse como una transformación del contrato político y como estrategia de manipulación que presenta el estado de cosas a través de la descripción catastrófica de la situación social de la que es víctima el pueblo, la denuncia de los culpables (clase política, élites, instituciones), la exaltación de determinados valores y la aparición de un líder carismático capaz de solucionar los problemas que afligen al pueblo.

Respecto a la situación de crisis y de victimización, el discurso populista insiste sobre las situaciones de precariedad de los trabajadores y sobre la disparidad entre ricos y pobres. Remite, por ejemplo, a la pérdida de la identidad nacional y a una constante sensación de inseguridad. Por otra parte, los causantes del mal son personas o grupos que a menudo se designan de forma vaga configurándose como un enemigo interior o exterior que hay que combatir. Al respecto, Santiago

Guervós (2017: 117) puntualiza que, al menos en el ámbito del español, el discurso populista es un discurso político maniqueo, simplificador y dirigido a las emociones, y que, más que ser un discurso basado en el exceso, es una acumulación de marcas discursivas y de argumentos que se apoyan esencialmente en la apelación constante al pueblo, que puede ser considerado de forma general y homogénea o teniendo en cuenta solo algunos grupos (Llamas Sáiz 2019: 391).

En efecto, el discurso populista elabora metáforas “destinadas a esencializar el mal que padece el pueblo, la figura de los culpables o la esperanza de días mejores” (Charaudeau 2009: 271). Se apoya, asimismo, en argumentos simplificados en los que se establecen relaciones directas de causa-efecto o en los que se acumulan hechos y acontecimientos sin relación aparente. También recurre de forma habitual a los argumentos *ad hominem* (Bernal 2019) y a implicaturas y presuposiciones, con el objeto de validar exclusivamente las propias opiniones. Wodak (2015) apunta que algunos de los mecanismos lingüísticos más utilizados por los populistas de la derecha son la metonimia, que permite simplificar el razonamiento; la repetición, empleada para reforzar los elementos clave de la propia ideología; y la antítesis o dicotomía para dar protagonismo al propio proyecto y anular el de los adversarios.

En particular, se ha señalado que este tipo de discurso fomenta el conflicto entre “buenos y malos” y elabora una imagen positiva propia y una negativa del contrario, mediante la escuadra ideológica de polarización discursiva de grupo (atenuar o intensificar lo bueno o lo malo, suyo o nuestro, Van Dijk 2003). Por ejemplo, como ha mostrado Bolívar (2018), el discurso populista de Hugo Chávez fomentaba la polarización política empleando recursos lingüísticos que situaban a la población en dos bandos antagónicos: patriotas-antipatriotas, revolucionarios-antirevolucionarios, socialistas-imperialistas. Lo hacía estableciendo una vinculación afectiva positiva del líder con el pueblo y negativa con sus “enemigos” a través de la manipulación de las emociones por el miedo. Dentro de esta lógica, el político suele presentar comportamientos comunicativos de defensa de sus cualidades frente a las de otros grupos (imagen grupal de autonomía) y comportamientos que muestran la cohesión dentro del propio grupo (imagen grupal de afiliación, Hernández-Flores 2019: 228). Por otra parte, se autorrepresenta en el discurso como “uno de los nuestros”, que comparte y entiende las necesidades de la gente y puede solucionar sus problemas, poniendo en práctica “estrategias comunicativas de imagen, incidiendo en la veracidad, credibilidad y atractivo de su discurso” para conmovir y lograr la adhesión del destinatario (Alcaide Lara 2019: 87).

Respecto a los enemigos del pueblo, los estudios mencionan a menudo las élites, que pueden incluir a políticos, medios, grupos financieros, jueces o intelectuales, a los que se acusa de incompetencia e incluso de complicidad en fomentar la crisis. Además de las élites, la amenaza para el pueblo está representada por otras figuras que actúan en ocasiones junto a las élites o con su ayuda. En la mayoría de los populismos de derecha, estos son los inmigrantes, pero también cualquier colectivo, cuya identidad o comportamiento se coloca al margen de la categoría pueblo (Cervi 2020: 103).

Las características del discurso populista que se han señalado suelen ser explotadas hábilmente en las redes sociales, gracias al diseño y funciones de estas plataformas, en las que cualquier persona puede producir, consumir y distribuir contenidos superando las barreras formadas por las prácticas de *gatekeeping* de los medios tradicionales. Por otra parte, los algoritmos de la red social promueven un tipo de contenido que maximiza la atención y favorece una comunicación cercana y emocional. Por último, potencian la homofilia y la cámara de resonancia, en el que las actitudes se confirman o amplifican (Cervi 2020: 104). En un análisis llevado a cabo sobre el empleo de Twitter/X por parte de un grupo de líderes populistas europeos, Alonso y Casero (2018) observan que los líderes populistas de derecha otorgan importancia a temas relacionados con la inmigración, el terrorismo y las relaciones exteriores, mientras que los de izquierda suelen tuitear sobre temas relacionados con las políticas sociales, la corrupción o la regeneración democrática. Así, el eje ideológico condiciona la agenda temática de los actores populistas, agenda que se desarrolla en términos de inclusión-exclusión de grupos.

2.1. La serie enumerativa en el discurso político

Como se ha anticipado, este trabajo se centra en el discurso político en Twitter/X, medio que promueve un discurso condensado, breve y efímero y que se apoya en enunciados esencialmente paratáticos y en la repetición (Pano Alamán 2019). Este aspecto nos ha llevado a analizar las series enumerativas y las relaciones semánticas que se establecen entre los elementos de una serie, empleada como estrategia argumentativa y persuasiva en la comunicación política. En el ámbito del español, en concreto, en el discurso oral y en el político, la serie enumerativa se ha definido como:

un conjunto de elementos en relación, generalmente, de yuxtaposición, de adición o de disyunción, con los que se pretende mediante la reformulación

parafrástica de un fragmento discursivo anterior, elemento común al que vamos a denominar matriz, la progresión temática del discurso materializada en distintos *remas* que se van asignando a un mismo tema provisional (Cortés 2012: 41).

Como señala este autor, este tipo de construcciones tiene una gran eficacia discursiva en la comunicación política, puesto que permite enfatizar la convicción de las propuestas. Por ejemplo, la repetición de determinadas formas lingüísticas o la reiteración de ideas en una serie mueve a los oyentes emocionalmente y contribuye a su convencimiento (Cortés 2012: 42). Asimismo, permiten presentar los argumentos en favor de una determinada conclusión de forma inmediata. La serie sirve también para dar cohesión y coherencia al discurso, a través de la integración de sus diversos mecanismos sintáctico-semántico-pragmáticos en el enunciado en el que se inserta la serie (Cortés 2007: 52).

Assumiendo que los enunciados que presentan una reformulación parafrástica de algún elemento citado en la cadena informativa tienen mayor capacidad respecto a otros para evocar una expansión semántica, Muriel Espejo (2008: 220) propone organizar las series en función de su “grado de accesibilidad”, lo que permite hablar de contextos endofóricos (transparentes) y contextos exofóricos (opacos). Cuando el nudo temático generador de la serie aparece de forma explícita en la matriz, el enunciado es endofórico; es, en cambio, exofórico, cuando el nudo temático no se menciona, de manera que la conexión entre los elementos de la serie se realiza por medio de inferencia atendiendo a los rasgos semánticos implícitos que encadenan el discurso. En este tipo de serie, la dependencia semántica de los elementos puede tener su origen en el contenido presente en el enunciado anafórico textual. En todo caso, el primer segmento discursivo o matriz, explícito o implícito, se procesa siempre en las mentes de emisor y receptor (Cortés 2007: 191).

Las relaciones entre los elementos de la serie pueden ser de convergencia si presentan proximidad semántica (sinónimos, hipónimos, gradaciones); o de divergencia, cuando se produce una contraposición por medio de antónimos o la serie expresa agrupamientos basados en la disparidad o el contraste semántico. También son de agrupación si se produce, por ejemplo, un agrupamiento discursivo de carácter argumentativo (Cortés 2007: 189-190).

2. Metodología y corpus

El objetivo de este trabajo es analizar las manifestaciones del discurso populista en el discurso político español en Twitter/X, a través del

análisis de la serie enumerativa de acuerdo con los planteamientos de Cortés (2008, 2012) para el análisis de la serie en el discurso político español. Se trata de determinar si este mecanismo discursivo contribuye a elaborar un discurso populista basado en una apelación constante a ciertas categorías de pueblo y en una configuración exacerbada de antagonismos irreconciliables.

Con estos objetivos, se ha llevado a cabo un análisis mixto basado en corpus. El corpus está constituido por 2535 tuits que fueron publicados en los perfiles de los políticos españoles Pedro Sánchez, Pablo Casado, Pablo Iglesias, Albert Rivera (los tres son hoy exlíderes del PP, Podemos y Ciudadanos) y Santiago Abascal, entre el 01-8-2019 y el 31-10-2019. Los mensajes fueron recopilados automáticamente con el programa Exportcomments en marzo de 2020 y analizados de manera semiautomática con Sketch Engine. La Tabla 13.1 recoge los perfiles seleccionados y el número de tuits publicados por cada político en ese periodo:

Tabla 13.1. Número de tuits y distribución por perfiles.

Líderes / Perfiles en Twitter	N. tuits
@sanchezcastejon (PSOE)	523
@pablocasado_ (PP)	545
@PabloIglesias (UP)	480
@Albert_Rivera	323
@Santi_ABASCAL (Vox)	664
TOTAL	2535

El periodo de publicación de los tuits es particularmente relevante, debido al complejo momento político que atravesaba el país. Se asiste a un bloqueo institucional, a una fuerte fragmentación política, a una crisis económica que parece agravarse y a una crisis territorial, la denominada “crisis catalana”. En relación con esta crisis, se producen en Barcelona violentas protestas al cumplirse dos años del referéndum por la independencia de Cataluña, celebrado en octubre de 2017. Por otro lado, inicia la campaña de las elecciones generales del 10 de noviembre, que serán las segundas en ese año (2019) y las cuartas en cuatro años, resultado de la fuerte inestabilidad de gobierno.

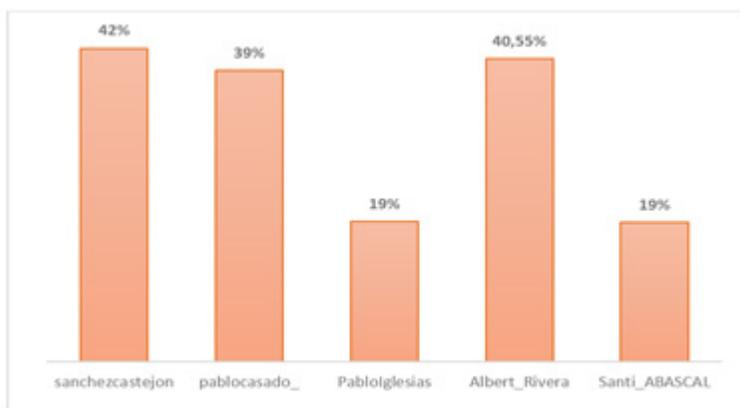
Cabe recordar también que el sistema de partidos ha cambiado en estos últimos años. Los llamados “partidos emergentes”, como Ciudadanos y Podemos, surgen en una situación de crisis económica y política marcada también por los casos de corrupción que afectan a los

dos partidos mayoritarios, PP y PSOE. Ciudadanos y Podemos se erigen entonces en partidos “regeneradores” (Alcaide Lara 2019: 83) que buscan dar respuesta a la situación en que se encuentra el país. A estos dos partidos hay que sumar un tercero, Vox, fundado en 2013, pero que empieza a ganar espacio a partir de las elecciones de 2015.

3. Resultados y discusión

Los primeros resultados que se presentan en porcentajes relativos en la Fig. 1, señalan que los políticos españoles que más emplearon las series en sus tuits durante el periodo considerado fueron, por orden de frecuencia porcentual, Sánchez, Rivera y Casado, seguidos a distancia por Iglesias y Abascal, con la misma frecuencia de uso de la serie enumerativa en sus tuits. En el caso de los dos primeros, se llega a poco menos de la mitad de los mensajes publicados en sus perfiles.

Tabla 13.2. Porcentaje relativo de tuits que contienen una serie de al menos 3 segmentos.



Como se ha anticipado, las series enumerativas son particularmente funcionales en el discurso político. En los casos encontrados, su empleo aumenta la coherencia del mensaje, sin embargo, al tratarse de discurso político, el recurso a la serie implica una carga intencional (Cortés 2008: 493). Por ejemplo, un aspecto en el que coinciden las series empleadas por los cinco políticos es que estas se sitúan a menudo al final del *tuit*, sobre todo en los casos de Sánchez, Casado y Abascal. Al tratarse de estructuras que “cierran” el mensaje, es posible pensar, siguiendo los planteamientos de Cortés (2012: 56), que en este contexto

tienen funciones de concreción, de ornato y de refuerzo del argumento. Este tipo de series son las más frecuentes en el corpus general, aunque predominan en los tuits de Sánchez, Casado y Abascal:

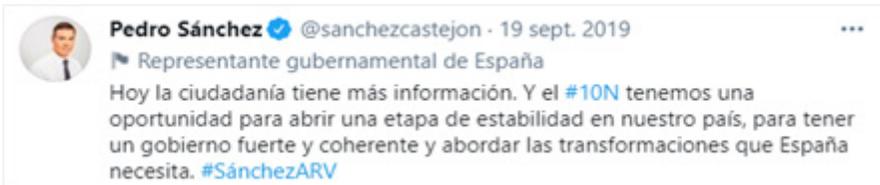


Image 13.1. Pedro Sánchez [@sanchezcastejon] (2019, September 19).

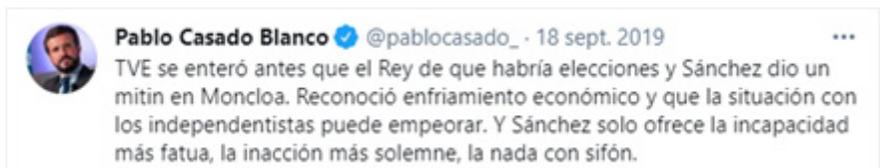


Image 13.2. Pablo Casado Blanco [@pablocasado] (2019, September 18).



Image 13. 3. Santiago Abascal [@Santi_ABASCAL] (2019, August 17).

En los tres mensajes, se observa el empleo de series más o menos largas colocadas al final del tuit, cuyos elementos presentan entre sí relaciones sintácticas de coordinación (adición). Los segmentos de las series remiten a una matriz explícita que introduce la serie (“una oportunidad”, “ofrece”), o que aparece, como en (13.3), pospuesta a la serie. Vemos que Sánchez utiliza tres segmentos complejos (subordinadas finales) para reelaborar el significado de la oportunidad que ofrece y que “tenemos”, haciendo referencia a un “nosotros” en el que se incluye y que engloba a la “ciudadanía”. Casado, en cambio, elabora la serie a partir del verbo “ofrece”, cuyo sujeto es Sánchez, con tres segmentos que completan semánticamente el verbo y que vehiculan una idea que podría resumirse en la inacción. Abascal, por su parte, encadena tres adjetivos con connotación negativa que modifican el sintagma “efecto llamada”, núcleo o matriz de la serie pospuesto con mayor efecto

dramático. Las relaciones semánticas entre los segmentos de las series en los tres casos son de convergencia, en la medida en que presentan proximidad semántica; se trata de elementos que muestran una gradación progresiva. Asimismo, cabe notar que las series empleadas por Casado y Abascal evocan, respectivamente, la inacción y la incapacidad del gobierno de Sánchez y la complicidad de “todos los partidos españoles (”menos VOX”) en perpetuar el efecto llamada a la inmigración. Estas dos series se insertan en enunciados que invitan al destinatario a inferir las cualidades negativas del adversario político y, en el caso de Vox, la cualidad positiva del propio partido, presentándose como el único capaz de parar el “efecto llamada”.

Si bien en (13.1) se apela a la “ciudadanía” y en (13.2) se ataca claramente al adversario político, con un efecto negativo en la imagen social de Sánchez, no es posible hablar aquí de discurso populista. Distinto es el caso de (13.3), donde se recurre a la escuadra ideológica (Van Dijk 2003), mediante una particular selección léxica de términos negativos (Santiago Guervós 2017) que acusan gravemente a ONGs y partidos de colaborar con las mafias y chantajear a Europa.

En los tuits siguientes, notamos que las series se insertan en una posición intermedia:

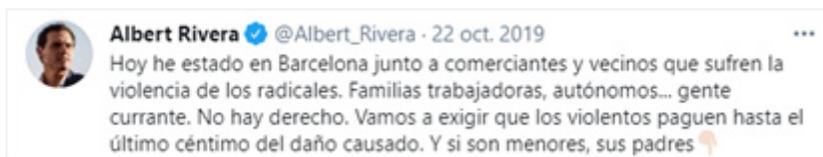


Image 13.4. Albert Rivera [@Albert_Rivera] (2019, October 22).

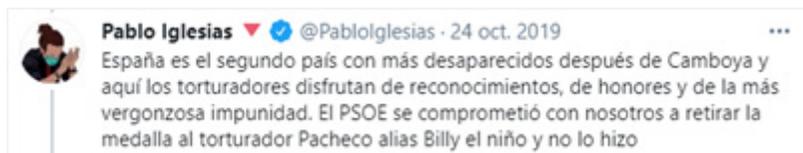
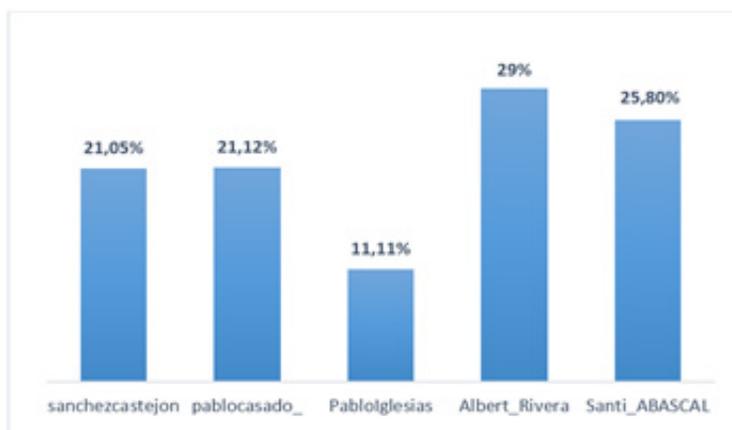


Image 13.5. Pablo Iglesias [@PabloIglesias] (2019, October 24).

En (13.4), el líder de Ciudadanos yuxtapone tres elementos que hacen referencia a la matriz situada en el enunciado precedente “comerciantes y vecinos que sufren la violencia de los radicales”; reelabora esta información a través de una serie, cuyos elementos presentan relaciones semánticas de convergencia, se trata de personas con un

denominador común: el trabajo. Rivera contrapone así el grupo con el que se identifica, la “gente currante” que sufre la violencia, a otro grupo (radicales, violentos), a los que pretende castigar a través de sus propuestas. Mientras el grupo que se presenta como víctima es descrito a través de diversas denominaciones, entre otras, el colectivo “gente” que trabaja, la narrativa relativa al segundo grupo se reduce a dos adjetivos que caracterizan negativamente a quienes protestaban en las calles de Barcelona. De este modo, el político invita a sus seguidores a inferir la oposición neta que se establece entre nosotros “la gente currante” y ellos “los violentos”. Iglesias, por su parte, enumera lo que, al no contar con una matriz explicitada previamente bajo la que agrupar los tres elementos de la serie, podría interpretarse como “privilegios” (reconocimientos, honores e impunidad) de los torturadores en España. En realidad, aunque la palabra “torturadores” está en plural, Iglesias se refiere concretamente a Antonio González Pacheco, conocido por la opinión pública española como Billy el Niño y como expolicía que torturó a opositores políticos durante el franquismo. En este caso, el político alude a los reconocimientos y honores que obtuvo años después y a la “vergonzosa” impunidad de que ha gozado hasta hoy, gracias –como es posible inferir de sus palabras–, a la complicidad del PSOE. De este modo, ataca a ese partido por su falta de compromiso con “nosotros”, poniendo en evidencia que, al contrario del partido que él representa y que actúa para acabar con ese estado de cosas, el PSOE no actúa, fomentando de este modo la impunidad. Estas series contienen elementos, cuyo agrupamiento es de carácter argumentativo (Cortés 2007: 189–190). En (13.4) y (13.5), el último segmento de cada serie guía la interpretación del enunciado e indica cuál es el argumento principal; en el caso de Rivera cabe inferir que él es el único líder cercano a las personas que sufren, que está con la clase trabajadora de Barcelona; Iglesias combate la impunidad de los torturadores, contrariamente al PSOE. De nuevo, se trata de estrategias propias del discurso político que construyen en distintos grados una relación maniquea entre nosotros y ellos, empleando, en particular Rivera, una selección léxica negativa, simplificadora, dirigida a las emociones, más propia de un discurso populista.

En el corpus, también se han encontrado series enumerativas en las que las relaciones semánticas entre los segmentos presentan disparidad o contraste, y en las que, de hecho, se observa una mayor presencia de las marcas discursivas del populismo. La Fig. 13.3 muestra el porcentaje relativo de la presencia de estas series por perfil.

Tabla 13.3. Porcentaje relativo de tuits con series divergentes.

Los datos indican que quienes más emplean este tipo de series son Rivera y Abascal, seguidos por Casado y Sánchez y, con un porcentaje más bajo, Iglesias. Los partidos de centro, derecha y extrema derecha españoles son, pues, los que suelen agrupar en sus tuits elementos dispares desde el punto de vista semántico-pragmático. Veamos algunos casos:

**Image 13.6.** Albert Rivera [@Albert_Rivera] (2019, October 24).

La serie, que se posiciona al inicio del mensaje, está introducida por “España tiene”. Rivera hace referencia al país y coloca cuatro sintagmas con función de objeto directo que remiten semánticamente a un conjunto de “problemas”, matriz implícita de la serie, de carácter económico y demográfico (paro, baja natalidad, pensiones), que dibujan una situación de crisis agravada por medio de la selección de adjetivos superlativos o connotados negativamente (“más alto”, “más baja”, “vacía”). El segundo segmento, sin embargo, diverge semánticamente respecto a los otros, puesto que introduce el problema del “desafío separatista” y las protestas que se han mencionado, mediante una narración dramática que denota inseguridad (“hace arder las calles”) y que adquiere en este contexto mayor peso argumentativo, al ser también un segmento sintácticamente más elaborado. El lector del tuit infiere que es

un tema más urgente si considera la actualidad y el carácter violento de los hechos sobre el que Rivera insiste en muchos de sus mensajes, véase también (13.4). Contrapone así lo que considera problemas reales de España al “problema” de exhumar a Franco, una decisión del gobierno de Pedro Sánchez que se llevó a cabo en octubre de 2019, dejando entender al destinatario que Sánchez no atiende a los problemas del país y que solo él entiende los problemas de los españoles.

El empleo de series con elementos divergentes como estrategia de discurso populista es más evidente en los tuits de Abascal:



Image 13.7. Santiago Abascal [@Santi_ABASCAL] (2019, September 9).

Como vemos en (13.7), el líder de Vox introduce una serie de colectivos e ideologías que, de acuerdo con este político, son portadores de ideologías amenazantes y de un tipo de discurso (véase el “el discurso de” que introduce la serie) que se conecta con una supuesta “oligarquía”. Si se atiende al cotexto, es posible inferir que dicho grupo se relaciona con el nacionalismo vasco, que aquí se opone de forma frontal al pueblo, puesto que actúa “contra los españoles de otras regiones”. La serie vehicula adjetivos con clara connotación negativa (“racistas vascos”) o que han adquirido connotaciones negativas en el discurso de Vox (“comunistas”, “progres”), cuya función es descalificar a un “ellos” enemigo de los españoles. Lo interesante es que, en la serie, se inserta el segmento “flojos de todo pelaje” que constituye un caso aparte respecto a los grupos iniciales por no indicar una ideología precisa e incluso un actor político antagonista, como puede ser el PNV o Unidas Podemos. El sintagma se apoya en dos palabras que generalmente se emplean en sentido despectivo y que remiten a la calidad de una persona cobarde o negligente, e incluso vaga. En este caso, la posición final del segmento y su carácter divergente invitan a interpretar lo que se ha dicho desde el significado de este sintagma, esto es, que todos los grupos mencionados son, de hecho, cobardes o haraganes. Esta estrategia de discurso populista es similar en otros mensajes de Abascal en el corpus:



Image 13.8. Santiago Abascal [@Santi_ABASCAL] (2019, October 16).

Este tuit denuncia la gravedad de las manifestaciones que tenían lugar en Barcelona en ese momento. A través de la serie, cuya matriz es “nunca dejaremos solos”, referido a Vox, pero también a sus militantes y simpatizantes, señala que su partido protege y defiende a guardias, policías y “mossos leales”, por un lado, y a millones de españoles que aman a España, por otro. Designa así a tres colectivos: las fuerzas del orden españolas, las fuerzas del orden catalanas, pero leales a España, y el elemento que diverge semánticamente, por no tratarse de fuerzas del orden: un determinado tipo de españoles en Cataluña que, en realidad, engloba a todos los que se han mencionado. Se trata de una serie de agrupamiento que permite a Abascal reunir en un mismo conjunto una cierta idea de españoles auténticos o puros que “aman a España en Cataluña” y que, de acuerdo con una narración épica, presenta a su partido como héroe de una situación de “gravedad excepcional” y a los sujetos identificados como víctimas a las que no abandonarán.

Las series que contienen segmentos con significado dispar aparecen también en los tuits de Casado, Sánchez e Iglesias, pero en menor medida:

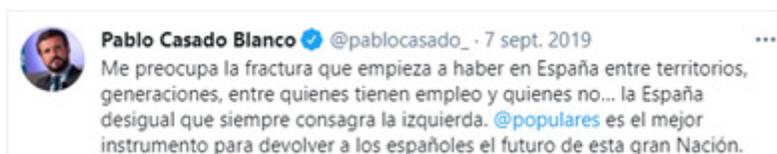


Image 13.9. Pablo Casado Blanco [@pablocasado] (2019, September 7).



Image 13.10. Pablo Iglesias [@PabloIglesias] (2019, October 28).



Image 13.11. Pedro Sánchez [@sanchezcastejon] (2019, September 30).

En (13.9), Casado emplea una serie que establece ya una oposición, en la medida en que la matriz explícita “empieza a haber una fractura” presupone la división y la distancia entre territorios, generaciones, quienes trabajan y quienes están en el paro. En ella mezcla colectividades e individuos que se reagrupan después en “la España desigual”. El verbo modalizado “preocupar” y la perífrasis aspectual “empieza a haber” contribuyen a construir el escenario de riesgo de división entre los españoles y, en definitiva, un futuro peor, cuya responsabilidad se atribuye a la izquierda. El recurso a la escuadra ideológica es evidente: “ellos” dividen al pueblo y llevan el país al pasado (en otro tuit se habla de “izquierda *reaccionaria* que fragmenta la sociedad”, 12-09-2019), mientras que solo el “nosotros” referido al partido (mencionado en el tuit mediante @) puede garantizar un futuro mejor a la “gran Nación”. Los términos “españoles” y “gran Nación” apelan al pueblo que solo este partido puede salvar del peligro que se preanuncia como una amenaza.

Iglesias emplea en (13.10) una serie sintácticamente distinta a las que se han visto hasta ahora, una serie paralelística (Cortés 2008), introducida por “decía/dijo no”, que remite explícitamente al sujeto Sánchez y el elemento contrapuesto “dice sí” que remite en cambio a su partido y a lo que propone en el contexto electoral. En este caso, el partido se asocia a un cambio y a la defensa de los derechos de la “gente”, forma preferida por este político para apelar al pueblo, como han demostrado diversos estudios (Santiago Guervós 2017; Alcaide Lara 2019; Bernal 2019; Llamas Sáiz 2019). Como ha señalado Santiago Guervós (2017: 132), en el caso de este partido la selección léxica y el esquema narrativo-argumentativo adoptado generalmente tienen como objetivo llegar a un público que comprenda la simplificación metafórica de LA POLÍTICA ES UNA BATALLA. La serie paralelística desempeña esa función e intensifica la contraposición entre ellos, Sánchez y el gobierno, y nosotros, el partido que está con la gente incluso en el gobierno (#UnGobiernoContigo). En este caso, se confirma que Iglesias muestra

su capacidad de moverse por diferentes espacios discursivos (espacio discursivo electoral e ideológico), lo que le permite adaptarse a diferentes receptores, expectativas y justificar sus acciones (Hernández-Flores 2019: 236). Sánchez, por su parte, elabora en (13.11) una serie en torno a las características de su partido a partir de “somos”, esto es, lo que define a los socialistas. Como vemos, los dos primeros elementos pretenden reiterar que es un partido de izquierdas, mientras que el tercero presenta al partido como única fuerza transformadora, invitando a quien lee el tuit a presuponer que se trata de la única fuerza capaz de cambiar el país frente a otras fuerzas políticas que parecen bloquear su modernización.

En definitiva, en el contexto de la red social se asiste a un uso de las series como un recurso más dentro de las estrategias propias del discurso político. Sin embargo, en algunos de los mensajes analizados, especialmente de Rivera y Abascal, se advierten marcas de discurso populista como son la constante apelación al pueblo, como víctima de una amenaza, que puede ser la inseguridad, la fractura, los derechos sociales, la desafección hacia el país, un futuro peor, y una apelación a quien gobierna y no actúa, o a “otros” grupos sociales, culpables de esos peligros.

4. Conclusiones

En este trabajo se ha llevado a cabo un análisis de la serie enumerativa en el discurso de cinco políticos españoles en Twitter/X. Los resultados indican que este recurso se emplea en los tuits analizados como estrategia argumentativa intensificadora, de forma similar a como se utiliza en el discurso parlamentario español. Las series suelen reiterar una idea mediante el agrupamiento de segmentos con relaciones semánticas convergentes (gradación, como en “incapacidad, inacción, la nada” en Casado) y divergentes (contraste, como en la serie paralelística de Iglesias), que invitan a los seguidores de esos políticos a identificar quiénes son sus adversarios políticos y los grupos que constituyen un riesgo para el propio grupo (españoles, nación) que buscan defender. En la mayor parte de los casos, pero sobre todo cuando aparece un segmento semánticamente divergente (“que hace arder las calles”, “flojos de todo pelaje”), el enunciado exige un mayor esfuerzo de interpretación basado en el contexto del tuit y el conocimiento compartido entre el político y quienes le siguen en la red social.

En cuanto a las marcas de discurso populista, es posible apreciar su empleo estratégico en algunos mensajes de Casado, Rivera, Iglesias y

Abascal, en los que se insiste en la escuadra ideológica, recurriendo en el caso del líder de Vox a la descalificación. En ellos, se intensifica la división maniquea entre quienes son víctimas de obstáculo, amenaza o sufrimiento (españoles, gente currante, gran Nación, gente, fuerzas del orden) y quienes contribuyen a mantener (“perpetuar”) o agravar este estado de cosas (violentos, radicales, nacionalismo, la izquierda, el gobierno que niega derechos, los *mossos* desleales). Esta división de la sociedad se emplea como técnica para estimular un marco cognitivo dentro de todo discurso político, sin embargo, se emplean de forma intensificada en algunos tuits en los que predomina una selección léxica de términos negativos extremos y una narrativa épica. En este sentido, coincidimos con Santiago Guervós (2017: 133) en que, en el discurso político español, se da un “populismo puntual” en algunos políticos, teniendo en cuenta que existen distintas gamas de discurso populista (cfr. Aslanidis 2018). En función de los resultados de este estudio, que deberá ser ampliado con más datos, es posible afirmar que dichas marcas se activan en el discurso político en Twitter/X, en base al cuerpo de la doctrina de los partidos (Charaudeau 2019), véase la mayor presencia de marcas en los tuits del líder de extrema derecha, Abascal, y en función de las circunstancias del momento sociopolítico o de la actualidad más inmediata.

Referencias

- Alcaide Lara, E. (2019): “Discursos populistas en la política española actual: el caso de Podemos y Ciudadanos”, in Sullet-Nylander, F., Bernal, M., Premat, C. & Roitman, M. (eds.), *Political Discourses at the Extremes: Expressions of Populism in Romance-Speaking Countries*, Stockholm, Stockholm University: 83–104, DOI: <https://doi.org/10.16993/bax.e>
- Alonso-Muñoz, L. & Casero-Ripollés, A. (2018): “Communication of European populist leaders on *Twitter*”, *El profesional de la información* 27(6): 1193–1202, DOI: <https://doi.org/10.3145/epi.2018.nov.03>
- Arias Maldonado, M. (2016): “Para comprender el populismo”, *Revista de Libros*, <http://www.revistadelibros.com/blogs/torre-de-marfil/para-comprender-el-populismo-i> (15/03/2021).
- Aslanidis, P. (2018): “Measuring Populist Discourse with Semantic Text Analysis”, *Quality & Quantity* 52(3): 1241–1263, DOI: <https://doi.org/10.1007/s11135-017-0517-4>
- Bernal, M. (2019): “Ideología y configuración descortés de la imagen de Pablo Iglesias y otros políticos de Podemos en los medios de comunicación españoles”, in Sullet-Nylander, F., Bernal, M., Premat, C. & Roitman, M.

- (eds.), *Political Discourses at the Extremes: Expressions of Populism in Romance-Speaking Countries*, Stockholm, Stockholm University: 175–200, DOI: <https://doi.org/10.16993/bax.i>
- Bolívar, A. (2018): *Political Discourse as Dialogue*, London, Routledge, DOI: <https://doi.org/10.4324/9781315558707>
- Cervi, L. (2020): “Veni, vidi, Facebooked-live: análisis del éxito de Matteo Salvini en Facebook”, *Revista CIDOB* 124: 99–122, DOI: <https://doi.org/10.24241/rcai.2020.124.1.99>
- Charaudeau, P. (2019): “El discurso populista como síntoma de una crisis de los poderes”, *RÉTOR* 9(2): 96–128.
- Charaudeau, P. (2009): “Reflexiones para el análisis del discurso populista”, *Discurso & Sociedad* (3)2: 253–279.
- Cortés Rodríguez, L. (2012): “La serie enumerativa en el cierre de discursos”, *Estudios Filológicos* 49: 39–57, DOI: <https://doi.org/10.4067/S0071-17132012000100003>
- Cortés Rodríguez, L. (ed.) (2008): *La serie enumerativa en el discurso oral en español*, Madrid, Arco Libros.
- Cortés Rodríguez, L. (2007): “Las series enumerativas en el debate político tras el atentado de Barajas”, *Oralia* 10: 47–102.
- Dijk, T. van (2003): *Discurso e ideología*, Barcelona, Ariel.
- Engesser, S., Fawzi, N. & Larsson, A.-O. (2017): “Populist Online Communication”, *Information, Communication & Society* 20, 9: 1279–1292, DOI: <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1328525>
- Ernst, N., Blassnig, S., Engesser, S., Büchel, F. & Esser, F. (2019): “Populists Prefer Social Media Over Talk Shows: An Analysis of Populist Messages and Stylistic Elements Across Six Countries”, *Social Media Society* 5(1): 1–14, DOI: <https://doi.org/10.1177/2056305118823358>
- Hernández-Flores, N. (2019): “La construcción de la identidad política de un nuevo candidato electoral: espacios discursivos e imagen social en el discurso de Pablo Iglesias”, in Sullet-Nylander, F., Bernal, M., Premat, C. & Roitman, M. (eds.), *Political Discourses at the Extremes: Expressions of Populism in Romance-Speaking Countries*, Stockholm, Stockholm University: 223–242, DOI: <https://doi.org/10.16993/bax.k>
- Laclau, E. (2005): *On Populist Reason*, London, Verso.
- Llamas Sáiz, C. (2019): “La referencia al pueblo en el discurso de los partidos políticos españoles: los programas electorales (2016 y 2019)”, in González, R., Olza, I. & Loureda, Ó. (eds.), *Lengua, cultura, discurso*, Pamplona, Eunsa: 391–412.

- Moffitt, B. (2016): *The Global Rise of Populism*, Stanford, Stanford University Press, DOI: <https://doi.org/10.1515/9780804799331>
- Moffitt, B. & Torney, S. (2014): “Rethinking Populism. Politics Mediatisation and Political Style”, *Political Studies* 62(2): 381–397, DOI: <https://doi.org/10.1111/1467-9248.12032>
- Mudde, C. (2004). “The Populist Zeitgeist”, *Government & Opposition* 39(3): 541–563, DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1477-7053.2004.00135.x>
- Mudde, C. & Rovira-Kaltwasser, C. (eds.) (2012): *Populism in Europe and Americas: Threat or Corrective for Democracy?* Cambridge, Cambridge University Press, DOI: <https://doi.org/10.1017/CBO9781139152365>
- Müller, J.-W. (2016): “El populismo necesita enemigos; la democracia requiere oposición”, *Letras Libres* junio: 8–12.
- Muriel Espejo, M. (2008): “Los elementos constituyentes de la serie: tipología, complejidad y relaciones semántico-pragmáticas”, in Cortés Rodríguez, L. (ed.), *Las series enumerativas en el discurso oral en español*, Madrid, Arco Libros: 219–252.
- Pano Alamán, A. (2019): “Condensación y fragmentación del discurso político en Twitter”, in N. Pellisser & Oleaque, J. (eds.), *Mutaciones discursivas en el siglo XXI: la política en los medios y las redes*, Valencia, Tirant lo Blanch: 75–92.
- Santiago Guervós, J. de (2017): “Análisis del discurso populista en la España actual”, *Analecta Malacitana* 39(1–2): 115–141, DOI: <https://doi.org/10.24310/analecta.v39i1.5611>
- Vallespín, F. & Martínez-Bascañán, M. (2017): *Populismos*, Madrid, Alianza Editorial.
- Van-Kessel, S. & Castelein, R. (2016): “Shifting the Blame: Populist Politicians’ Use of *Twitter* as a Tool of Opposition”, *Journal of Contemporary European Research* 12(2): 594–614, DOI: <https://doi.org/10.30950/jcer.v12i2.709>
- Wodak, R. (2015): *The Politics of Fear*, London, SAGE.