

ISSN 0120-5587
E-ISSN 2422 3174
JULIO-DICIEMBRE

EDICIÓN
86
2024

REVISTA
**Lingüística
Literatura**^y

El discurso coloquial como resultado de la manipulación informativa en la red social X

THE COLLOQUIAL DISCOURSE AS
A RESULT OF THE INFORMATIVE
MANIPULATION ON THE X
SOCIAL NETWORK

DOI: <https://doi.org/10.17533/udea.lyl.n86a08>

Recibida: 14/02/2024

Aprobada: 15/05/2024

Publicada: 20/07/2024

José Torres Álvarez

Universidad Internacional de La Rioja

jose.torres@unir.net

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9452-3384>

Resumen: En este trabajo se analiza, a través de teorías pragmáticas, como la teoría de la cortesía, de Brown y Levinson, y de las metodologías propias del análisis del discurso conversacional, cómo el diario español *El País* presenta la primera información disponible de una noticia de gran repercusión mediática (el beso de Luis Rubiales a Jenni Hermoso tras ganar el Mundial de fútbol) y se concluye cómo esta manera de informar se vincula con las intervenciones argumentativas de los usuarios de la red social X, donde se detecta un marcado valor argumentativo a través, por ejemplo, del uso de expresiones propias del discurso coloquial oral —como el uso de ciertos sustantivos y de los insultos— y de la comunicación mediada por las nuevas tecnologías.

Palabras clave: análisis del discurso; pragmática; imagen social; discurso conversacional; discurso periodístico

Abstract: In the present study, through well-known pragmatics theories, as the Brown and Levinson's politeness theories, and those linked to the conversational discourse, analyzes how the Spanish newspaper *El País* disseminates the first available information regarding one news' event of significant media impact (Luis Rubiales' kiss to Jenni Hermoso following Spain's victory in the World Cup final). The investigation seeks to delineate the nexus between the information offered by *El País*, the oral features produced by its social network users —the use of the substantives and of the slight words— and the technological communication.

Keywords: discourse analysis; pragmatics; social image; conversational discourse; media discourse.

1. Introducción

La calidad y la objetividad informativa constituyen dos de los pilares del periodismo informativo. Sin embargo, con la popularización de Internet y, sobre todo, de las redes sociales, el profesional de la comunicación adopta un modo de expresión no solo condicionado «por el tema desarrollado y el efecto que busca en el receptor», como sostiene Hernando Cuadrado (2000, p. 13), sino también por la imagen corporativa que se quiere ofrecer del medio de comunicación que transmite el mensaje (Torres, 2019). De acuerdo con Burgueño (2010, p. 42), el avance histórico y social provocó el establecimiento de tres etapas evolutivas del periodismo contemporáneo: la primera, denominada «periodismo 1.0», donde la calidad informativa se valora en función del elemento empleado en la transmisión comunicativa, del formato de la publicación, de los elementos tipográficos y de los elementos icónicos que complementan y reafirman el mensaje verbal emitido (Calsamiglia y Tusón, 2012, pp. 86-89); la segunda, conocida como «periodismo 2.0», donde el mensaje adquiere un valor multimodal al enlazarse con otros textos o contenidos multimedia y al permitir, en consecuencia, una participación activa del lector al ofrecérsele la libertad de seguir los hipervínculos para ampliar el alcance informativo del texto original; y la tercera, apodada «periodismo 3.0» o «periodismo participativo», donde se propicia la interacción de los lectores, tanto con el propio medio informativo como entre ellos, a través de foros de debate virtuales. Centrándose en esta tercera etapa, Torres (2019, pp. 199-204) analiza cómo los medios de comunicación escrita recurren a una presentación sesgada de la información en las redes sociales con la intención de influir y generar un debate activo en los lectores a través de los títulos, de la entradilla, del cuerpo de la noticia y de los elementos multimodales que puedan complementar el mensaje verbal.

Tomando como punto de partida esta última consideración, en las siguientes páginas nos proponemos analizar cómo se utilizan ciertos elementos coloquializadores, concretamente del uso del sustantivo *tío*, y del insulto como estrategia de descalificación, en la red social X —la denominación actual de la antigua red Twitter— para determinar, desde una perspectiva lingüístico-pragmática, el grado de (des)cortesía del debate y el tipo de opiniones que ofrecen los usuarios de la red social X en relación con el tratamiento noticioso de un hecho socialmente candente, como es la sexualización de la mujer.

2. Metodología

La elección de esta red social obedece a criterios informativos: de un lado, X ofrece al usuario una mayor concisión informativa que sus competidoras directas, como Facebook, debido a una interfaz comunicativa que se limita el acto comunicativo escrito a solo 280 caracteres, hecho que obliga a cualquier usuario a expresar su mensaje de la forma más directa y concisa posible en los aspectos léxico-semántico y morfológico-sintáctico. Así, tanto quien comparte cualquier noticia como quien la comenta debe resumir su exposición. De manera concreta, y aunque por cuestiones de espacio no se abordarán los aspectos teóricos de estas teorías, este trabajo se fundamenta sobre los presupuestos clásicos del análisis crítico del discurso (ACD) de Fairclough y Wodak (1997) y de Van Dijk (1999), al entender que la persona o el medio que socializa la información del tuit lo hace atendiendo a unas finalidades concretas, como pueden ser, informar, persuadir, etc. En este sentido, en numerosos discursos divulgados en la red social X se observa cierto grado de violencia discursiva contra la mujer que, como veremos más adelante, subyace tras la forma lingüística del mensaje. Asimismo, y teniendo en cuenta que la forma como está representada este tipo de violencia provoca una polarización discursiva entre los usuarios comentadores del contenido, aspecto que supone la adopción de los presupuestos teóricos relacionados con la argumentación, como postuló, por ejemplo, Plantin (1990), para poder determinar si los actos de habla utilizados, además de tener una orientación argumentativa concreta, son (des)cortesés, en línea con la teórica de la (des)cortesía lingüística de Brown y Levinson (1987). Finalmente, y siguiendo otros estudios sobre este aspecto, como los de Briz (1996, 1998) o los de Pano y Mancera (2014), se aborda el grado de coloquialidad del discurso utilizado por los usuarios de X. Con ellos se analizan las respuestas publicadas en la red social X, el 20 de agosto de 2023, cuando el diario generalista *El País* compartió la primera noticia disponible sobre el beso que el actual expresidente de la Federación Española de Fútbol dio a la futbolista del equipo femenino Jenni Hermoso. De acuerdo con las imágenes que difundió el medio de comunicación, la justificación social del beso puede entenderse como exteriorización de la supuesta euforia que sentía tras obtener la selección española femenina de fútbol el título de campeonas del mundo. Tal y como se muestra en la

siguiente tabla, el corpus está formado por 55 tuits de respuesta que muestran una postura favorable con la figura de Hermoso¹:

<i>Personas usuarias de sexo masculino (SM)</i>	<i>Personas usuarias de sexo femenino (SF)</i>	<i>Personas usuarias no identificadas (NI)</i>	<i>Total</i>
18	18	19	55

Tabla 1. Número de intervenciones favorables a Hermoso

3. Análisis de la noticia

La noticia es considerada como el «género periodístico por excelencia» (Martín Vivaldi, 1998, p. 369) con el que se informa a la sociedad a través de un registro comunicativo comprensible basado en la precisión léxica, la claridad oracional y la objetividad expositiva y una disposición informativa concreta que encuadra la macroestructura textual de este tipo de género textual —la denominada pirámide invertida, según las definiciones que se han proporcionado por las investigaciones clásicas relacionadas con la disposición— y las características comunicativas de este género periodístico (Dary, 1976; Lázaro Carreter, 1977; De Fontcuberta Balaguer, 1980, 1993; Martínez Albertos, 1984; Martín Vivaldi, 1990; Grijelmo García, 2015). Sin embargo, como ha afirmado este último autor, al destacar el valor anacrónico de la disposición informativa clásica de la noticia, y tal y como exponemos a continuación, la popularización de las redes sociales ha consolidado la modalización de la macroestructura de la noticia —la denominada disposición o pirámide invertida— al socializar cualquier noticia en las redes sociales con una gran carga persuasiva, como exponemos a continuación.

3.1. La ausencia del titular en la red social X

Desde el punto de vista discursivo, la limitación de 280 caracteres que impone la red social X no solo implica una exposición

¹ La determinación del sexo del usuario obedece al hecho de respetar a aquellos sujetos que se consideran no binarios. Debido a lo sensible de esta información y a que la red social X no obliga a identificar el sexo del usuario, se ha optado por comprobar si tanto la fotografía de perfil como el nombre de usuario o de usuaria utilizado se vinculaban con la presentación de rasgos masculinos o femeninos. En el caso de que no se pudiera determinar correctamente algunos de los dos factores, se recurre a la etiqueta «personas usuarias no identificadas». Con todo, se acepta que la identidad de cualquier persona usuaria en las redes sociales puede ser fácilmente falseada.

resumida de la noticia, sino que se utiliza como una herramienta persuasiva de aquellas personas usuarias de esta red, al incitarlas a acceder a los enlaces o a visualizar los elementos audiovisuales que suelen complementar el mensaje textual que se ofrece. Veámoslo con el siguiente ejemplo:

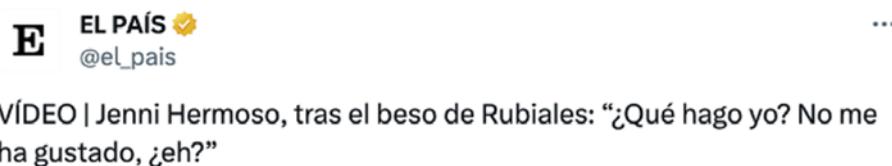


Imagen 1. Detalle del elemento escrito en el tuit publicado por *El País* en la red social X. (Fuente: https://twitter.com/el_pais/status/1693320385893171632)

La imagen anterior ofrece la información escrita del primer tuit publicado por *El País*, el 20 de agosto de 2023, en la red social X, para informar sobre el beso que Luis Rubiales dio a la jugadora Jenni Hermoso tras conocerse la victoria del equipo español en el Mundial de fútbol.

Como se puede observar, y debido a la limitación de caracteres que impone la red social, el espacio destinado al clásico titular de una noticia se ha sustituido por la mención al tipo de elemento multimodal que se ofrece a las personas usuarias de esta red como recurso de ampliación de la información escrita («VÍDEO») y se recurre a una estructura bimembre que identifica a la protagonista femenina de la noticia y al hecho que se ha producido («Jenni Hermoso, tras el beso de Rubiales:») para establecer, a través de sus propias palabras, su desagrado con el beso al que ha sido sometida («¿Qué hago yo? No me ha gustado, ¿eh?»).

Desde el punto de vista discursivo y argumentativo, el medio de comunicación recurre a una exposición argumentativa de carácter manipulativo, ya que, como veremos en los siguientes apartados y en opinión de Maillat y Oswald (2009), tras la exposición que integra la noticia, subyace la voluntad de ofrecer a los usuarios un acceso solo «a un conjunto limitado de los supuestos contextuales» (p. 369) con la finalidad de ofrecer una versión parcial del hecho narrado. Así, obliga a las personas usuarias de la red social a focalizar su atención únicamente sobre una de las personas implicadas en el acto noticioso (Jenni Hermoso), cuya emisión lingüística, tal como se analiza en el siguiente apartado, constituye un elemento comunicativo que contrasta con el elemento visual que lo acompaña al invalidarse mutuamente.

3.2. El uso del hipervínculo visual en la red social X

La finalidad de la retórica no es otra que el estudio del convencimiento del lector o del auditorio a través de elementos argumentativos de tipología distinta, a saber: mediante la argumentación, la estructuración del discurso, el uso de figuras retóricas o de la combinación específica de imágenes y colores (Barthes, 1961; Heller, 2008). Así, como acabamos de indicar, tras el elemento lingüístico que permite captar la atención del espectador, *El País* ofrece la siguiente imagen que cumple una doble finalidad pragmática: de un lado, produce cierta extrañeza en el lector al ofrecer un mensaje contrapuesto a la emisión verbal que la acompaña; de otro lado, incita a las personas usuarias de la red social a que sigan el enlace que contiene para ser redirigidas hacia la página web principal del medio de comunicación:



Imagen 2. Detalle del hipervínculo visual utilizado por *El País* en la red social X. (Fuente: https://elpais.com/deportes/mundial-futbol-femenino/2023-08-20/video-jenni-hermoso-tras-el-beso-de-rubiales-que-hago-yo-no-me-ha-gustado-eh.html?ssm=TW_CM)

Debido a la rapidez del procesamiento informativo que se realiza en Internet, numerosas personas pueden decidir no seguir el hipervínculo visual, por lo que solo contarán con la información multimodal que se ofrece de manera estática, al ofrecer únicamente el medio comunicativo en su perfil social una serie de fotogramas concretos del vídeo que publicó la futbolista en su red social de Instagram y una secuencia concreta del beso realizado por Rubiales. En este sentido, se destaca la importancia del análisis inferencial multimodal que realizan

los usuarios que leen y que comentan la noticia, pues no solo interiorizan el contenido escrito del tuit, sino que lo vinculan con los fotogramas que forman la imagen ofrecida por el medio de comunicación no responde a una casualidad, ya que, como se acaba de indicar, desde el punto de vista catafórico, se produce una contradicción discursiva entre la información escrita (en la que se indica que a Hermoso no le ha gustado ser besada) y la imagen que acompaña al tuit (que denota alegría y felicidad tanto en Rubiales como en Hermoso). En efecto, la imagen de la izquierda muestra un fotograma de la emisión en directo que Hermoso realizó para celebrar la victoria de su equipo, a través de su cuenta personal de Instagram. En ella, lógicamente, se aprecia a una jugadora que, de manera sonriente, mira directamente hacia la cámara. Esta felicidad responde, como no puede ser de otro modo, a la exteriorización de este sentimiento, no solo por haber logrado un hito no solo personal, sino también profesional y social. Sin embargo, en la imagen que sigue a este fotograma se visualiza a la jugadora de espaldas a la cámara, por lo que solo puede observarse cómo Hermoso sujeta el brazo de Rubiales, quien acapara toda la atención visual de la imagen. Por su parte, el expresidente aparece con los ojos cerrados, hecho que evidencia las sensaciones positivas que llegan al cerebro a través del acto que se está produciendo (Murphy y Dalton, 2016) y que se refuerza con otro acto no verbal: el sostenimiento de la cabeza de Hermoso, un gesto que evidencia quién es el sujeto dominante en la acción. De acuerdo con este análisis, se puede establecer la hipótesis de la existencia de cierta consciencia manipulativa en la exposición informativa de los hechos noticiosos actuales, pues se incita a las personas usuarias de la red social a vincular ambas imágenes para extraer, de manera errónea, un significado concreto: que ambos sujetos disfrutaran del beso y no, como es el caso, que ella disfrutara del hecho de haber sido partícipe de un triunfo deportivo relevante mientras que él lo hace del beso que le proporciona a ella.

3.3. Elementos de imparcialidad informativa en la página general del diario *El País*

Frente a lo comentado en los apartados anteriores, debemos tener presente que algunas personas pueden seguir el enlace implícito en la imagen de la red social. En este caso, tienen acceso a la página web digital del diario donde sí que se presenta, aunque con modificaciones, la macroestructura informativa prototípica de la noticia. Veámoslo con mayor detalle:

MUNDIAL DEL FÚTBOL FEMENINO

Video | Jenni Hermoso, tras el beso de Rubiales: “¿Qué hago yo? No me ha gustado”

La futbolista transmite en directo la fiesta del equipo español desde el vestuario y habla del beso en la entrega de medallas



Jenni Hermoso ha hecho un directo desde el vestuario tras ganar el título. Foto: EPV / Video: EPV



EL PAÍS

20 AGO 2023 - 19:32 CEST



Desde el vestuario de la selección española de fútbol, [campeona del Mundial de Australia y Nueva Zelanda](#), las jugadoras han emitido en directo la fiesta por sus redes sociales. Entre ellas, la mediapunta Jenni Hermoso ha publicado un directo en el que, además de bailar y cantar, ha comentado el beso que el presidente de la Federación Española de Fútbol, Luis Rubiales, le ha dado en la boca durante la entrega de medallas.

“¿Qué hago yo? Mírame, mírame” asegura la futbolista, que ha explicado: “No me ha gustado, ¿eh?”. El gesto de Rubiales, que también ha besado efusivamente en la cara a otras futbolistas a las que ha llegado a levantar en brazos, ha generado muchas críticas en redes sociales.

Además, en otro directo de Salma Paralluelo se podía observar cómo Rubiales prometía un viaje a Ibiza a las jugadoras tras la victoria para concluir diciendo: “Allí celebraremos la boda de Jenni y Rubiales”.

Puedes seguir a EL PAÍS Deportes en [Facebook](#) y [Twitter](#), o apuntarte aquí para recibir [nuestra newsletter semanal](#).

Imagen 3. Información ofrecida por *El País* en la página web oficial (Fuente: https://elpais.com/deportes/mundial-futbol-femenino/2023-08-20/video-jenni-hermoso-tras-el-beso-de-rubiales-que-hago-yo-no-me-ha-gustado-eh.html?ssm=TW_CM)

En primera instancia, el medio ofrece la misma secuencia textual que ya se ha presentado en la red social X («Vídeo | Jenni Hermoso, tras el beso de Rubiales: «¿Qué hago yo? No me ha gustado»). Sin embargo, en esta ocasión sí que se utiliza como titular de la noticia. Complementando la explicación iniciada más arriba, en esta secuencia se produce una atenuación discursiva que se refuerza con la alusión a las propias palabras de Hermoso, compuestas por una oración interrogativa de carácter retórico («¿Qué hago yo?»), un acto de habla directivo («Mírame, mírame») y una afirmación negativa («No me ha gustado») que se atenúa con el cierre mediante una marca lingüística evidencial («¿eh?») que refuerza tanto la seguridad con la que Hermoso emite la afirmación como el contacto con sus interlocutores. Como se intuye, la elección de esta secuencia por parte del medio de comunicación no es casual, pues permite establecer una dirección argumentativa contradictoria de todo el mensaje producido por Hermoso, ya que mientras que la emisión verbal es negativa, la información no verbal que se tramite tanto en el propio medio como a través de la red social de la futbolista es positiva.

A continuación, incluye la denominada *entradilla*, donde se ampliarían, de manera resumida, aquellas cuestiones informativamente más relevantes, el profesional informativo de *El País* decide utilizar el pie de vídeo como una estrategia argumentativa, ya que la secuencia verbal utilizada («La futbolista retransmite en directo la fiesta del equipo español desde el vestuario y habla del beso en la entrega de medallas») no se vincula directamente con la información ofrecida en el titular, al no evidenciarse que a Hermoso no le ha gustado el beso, sino que se indica, de manera genérica, que Hermoso solo «habla del beso en la entrega de medallas». En consecuencia, se obliga a las personas que han decidido leer la noticia a acogerse a una de las siguientes opciones: visualizar el vídeo, continuar leyendo el resto de información que se le proporciona u optar por ambas posibilidades. Si se escoge continuar la lectura, se observará que el texto equivalente al desarrollo de la noticia no proporciona información detallada sobre el hecho noticioso, sino que únicamente cuenta con una exposición informativa general donde se focaliza la atención sobre el lugar en el que se desarrolla la acción comunicativa («desde la vestuario de la selección española de fútbol»), el acto realizado («las jugadoras han emitido en directo la fiesta por sus redes sociales»), la forma como se ha narrado la celebración («además de bailar y cantar») y la calificación con la que Hermoso ha tratado el beso de Rubiales («[Jenni Hermoso] ha comentado el beso que el presidente de la federación Española de Fútbol, Luis Rubiales, le ha dado

en la boca durante la entrega de medallas»). En este sentido, la manipulación informativa se produce desde una doble perspectiva: de un lado, a través de las consideraciones informativas de carácter genérico cuya formulación lingüística se relaciona con la aparente intención del medio por restar importancia al beso dado por Rubiales a Hermoso; de otro, por medio de la elección de las formas verbales utilizadas para narrar las acciones verbales realizadas por la jugadora.

En cuanto al primer aspecto, el medio de comunicación recurre a estructuras oracionales en aposición que sirven para atraer la atención sobre ese elemento, desvirtuando la información que se ofrece en las secuencias antecedentes. Por ejemplo:

(1) Entre ellas, la mediapunta Jenni Hermoso ha publicado un directo en el que, además de cantar y bailar, ha comentado el beso que el presidente de la Federación Española de Fútbol, Luis Rubiales, le ha dado en la boca durante la entrega de medallas.

La secuencia (1) se inicia tras la alusión a la celebración que se ha llevado a cabo en los vestuarios femeninos. Una vez que se ha identificado a Jenni Hermoso, se explicita que ha publicado un vídeo en directo del que, en primer término, se resaltan actos relativos a la exposición de la felicidad («además de cantar y bailar») para, posteriormente, mencionar sin muchos detalles que la jugadora «ha comentado el beso» que Rubiales le ha dado.

En lo tocante al segundo aspecto, resulta relevante analizar la forma verbal utilizada en el ejemplo anterior. De acuerdo con el Diccionario de La Lengua española de la Real Academia (DLE), *comentar* consiste emitir «un juicio, parecer, mención o consideración que se hace, oralmente o por escrito, acerca de alguien o algo». Frente a otras más adecuadas, como criticar, esta forma verbal atenúa el disgusto que defiende Hermoso al indicar que no le ha gustado el beso. Así, la persona que redacta el mensaje ofrece una visión modalizada de la información, que se sustenta, además, en un argumento basado en la generalización al concluir que Rubiales también ha besado a otras integrantes del equipo («también ha besado efusivamente en la cara a otras futbolistas»), sino que, además, ha realizado otro tipo de actuaciones con ellas («a las que ha llegado a levantar en brazos»). Finalmente, la secuencia informativa expone información que no puede ser contrastable (lo cual constituye un argumento deductivo) y que se relaciona con un vídeo que realizó otra jugadora, Salma Paralluelo, en el que se afirmaba que Rubiales prometió a las jugadoras un viaje a Ibiza;

lugar en el que, además de la victoria, se celebraría «la boda de Jenni y Rubiales».

En síntesis, se observa una clara modalización del diario *El País* al emitir la información, deduciéndose la existencia de un posicionamiento más favorable a Rubiales, ya que únicamente se le otorga atención a las palabras y a las expresiones faciales de Hermoso —las primeras, comentadas de manera sesgada; las segundas, entendidas como marcas que refuerzan un sentimiento de felicidad totalmente opuesto al lenguaje verbal con el que se critica el beso—, mientras que nada se dice de la comunicación no verbal a la que recurre Rubiales en el fotograma seleccionado que acompaña al texto informativo. Y esta imparcialidad informativa, que se documenta tanto en la red social X como en la página oficial del propio diario, provoca que las personas usuarias de dicha red social adopten tres tipos de posiciones argumentativas: a favor de Jenni Hermoso, a favor de Rubiales o una posición desvinculada del hecho o neutral. Por cuestiones de espacio y por ser un acto de valentía el hecho de situarse abiertamente en una postura favorable a la víctima, en las siguientes páginas se analizan los rasgos orales más relevantes de los que se sirven los distintos usuarios para situarse a favor de Hermoso y avalar su argumentación.

4. Resultados del análisis de las respuestas

Desde la perspectiva analítica tradicional, Crystal (2002) remarcó el estado cambiante en el que se encuentra la lengua a la que recurren los usuarios de Internet afirmando que, a pesar que la denominada *ciberhabla* presenta «características únicas y propias de Internet», sustentándose, fundamentalmente, sobre el aspecto escrito del lenguaje (pp. 28-29), lo cierto es que, debido a sus constantes actualizaciones, como ha subrayado recientemente Gallardo-Pauls (2021), la oralidad se encuentra muy presente en la comunicación cibernética. Como se ha evidenciado ya, la acción comunicativa que ofrece el diario *El País* implica una reacción comunicativa con un alto grado de coloquialización discursiva en los usuarios de la red social X. Si a ello, además, se suma el hecho de que la visibilidad de la violencia género en España es un aspecto relativamente reciente, no resulta extraño que los usuarios

se expresen de forma directa a través de prácticas comunicativas propias de la conversación coloquial para evidenciar su disconformidad tanto con el enfoque comunicativo adoptado por el medio de comunicación analizado como con el acto realizado por el expresidente de la Federación Española de Fútbol.

4.1. El sustantivo *tío* y otras equivalencias semánticas como estrategia argumentativa

Los usuarios que se alinean con la postura de rechazo que sostiene Hermoso emiten mensajes en los que subyace la perspectiva teórica de la cortesía verbal de Brown y Levinson (1987), según la cual, todo sujeto dispone de dos concepciones de su imagen pública, la *positiva*, que consiste en el deseo que se tiene por ser apreciado por los demás; y la *negativa*, relacionada con la voluntad del sujeto de no ser importunado por las acciones de los demás. En relación con el polo positivo de la imagen pública de Rubiales, los usuarios de la red social X recurren al uso del término *tío* hasta en 6 ocasiones como elemento léxico equivalente a *hombre*, para realzar el carácter despectivo del acto que se ha producido y, en consecuencia, evidenciar que se han formado una imagen social pública negativa del expresidente de la Federación Española de Fútbol. Veámoslo con más detalle:

(1)

a) Que asco de tío.

b) Que ascazo de tío, se cree que es besable el machito, denuncia y dimisión.

c) Este personaje no se merece ocupar ese puesto es un mal educado y está intimidando la persona de la jugadora con esa actuación, si hubiera sido un tío, que hubiera hecho....

(2)

a) Q asco de tío! Si no dimite, deberían echarlo!

b) Darle una torta que esté dando vueltas un par de horas, que asco de tío!

(3)

Este tipo siempre me ha parecido bastante chungo². Ahora ya no tengo dudas. Espero que dimita o le dimitan.

² La palabra *chungo* es un adjetivo coloquial que se utiliza para indicar un aspecto negativo del sustantivo al que se refiere. En este caso, el emisor especifica el mal aspecto social que, en su opinión, presenta Rubiales.

(4)

Este señor no puede ser más deplorable, llevo diciendo esto meses y el tío no se como lo hace pero siempre se supera. Un garrulo³ mayúsculo.

Los ejemplos anteriores muestran, respectivamente, los actos de habla producidos por usuarios de sexo masculino (1), por usuarios de sexo femenino (2) y (3), y por aquellos usuarios cuyo sexo no ha podido ser contrastado (4). En ellas, se observa que el sustantivo «tío» se aplica tanto sobre Rubiales como sobre terceras personas. Cuando se designa al expresidente, se recurre a distintas estrategias comunicativas: la primera, el uso del grupo nominal «asco de tío», como se documenta en (1a) y en (2a), y con independencia del sexo de su emisor, para establecer una crítica directa hacia el polo positivo de la imagen pública de Rubiales. Ahora bien, en ocasiones, como sucede en (1b), se produce una modificación del elemento principal del grupo nominal («ascazo», en lugar de «asco») con la intención pragmática de intensificar su repulsa tanto sobre el acto referido como sobre el sujeto actor. Asimismo, las alusiones a Rubiales también pueden presentarse mediante el uso del grupo nominal «este personaje» (1c) o «este tipo» (3), ambos con un valor pragmático despectivo, pero complementándose con una visión semántica que implica mofa o pena («este personaje» supone una vinculación de la imagen positiva de Rubiales, con alguien cuyo ambiente sería más propio del mundo de la farándula, por ejemplo). Y lo mismo sucede con la secuencia «este señor», mostrada en (4). Aunque puede entenderse como un acto lingüístico que presenta un valor más atenuado que los anteriores, solo es un recurso discursivo aparente, pues el emisor recurre a expresiones valorizantes, como el uso del adjetivo «deplorable» o el grupo nominal «un garrulo mayúsculo» para incidir negativamente sobre el polo positivo de la imagen de Rubiales. Asimismo, las personas usuarias de la red social X recurren al sustantivo «tío» no como una estrategia que inflige un daño directo sobre la imagen social del expresidente de la Federación Española de Fútbol, sino como un recurso de cohesión que evita la repetición innecesaria de elementos deícticos personales, como se colige, nuevamente, del final del ejemplo (4) («Este señor no puede ser más deplorable, llevo diciendo esto meses y el tío no se [sic.] como [sic.] lo hace pero siempre se supera»).

En otras ocasiones, como aparece en (1c), se observa que el emisor recurre al sustantivo «tío» no para aludir a Rubiales, sino para introducir

³ Este adjetivo coloquial se utiliza para evidenciar el carácter zafio o rústico de una persona.

en el acto de habla un valor argumentativo de carácter lógico al designar a terceras personas que también presentan algún tipo de relación con el ámbito futbolístico, resaltando aspectos propios de su masculinidad para reforzar la crítica contra la actuación de Rubiales. Así se documenta al final de la intervención mostrada en (1c), donde un usuario se cuestiona sobre si Rubiales hubiera actuado de la misma manera si, en lugar de Jenni Hermoso, el destinatario del beso hubiera sido un sujeto de sexo masculino («si hubiera sido un tío, que hubiera hecho...»).

Finalmente, y en lo tocante a los términos sinónimos del sustantivo «tío», se destaca el uso de grupos lingüísticos intensificadores del valor despectivo, como muestra la alusión al expresidente de la Federación mediante grupos como «este individuo» (5a) o este señor «este Sr.» (5b) del apellido Rubiales con valor claramente identificativo (5c) (5d) y familiar, como sugiere el acortamiento propuesto por un usuario de sexo no identificado en (5e). Frente a estas intervenciones, (5f) evidencia el enfado de una usuaria que recurre al grupo nominal «tío asqueroso», donde el adjetivo valorativo permite concluir la orientación argumentativa que presenta su intervención:

(5)

- a) Se debía de actuar pidiendo explicaciones a este individuo...
- b) A este Sr hay que echarlo. A mí me ha bloqueado X la cuenta y eliminado el vídeo. Se acompaña de una captura de pantalla de la misma usuaria donde se dice «Pero bueno! Es esto normal? #Legendarias #FIFAWomensWorldCup #MundialFemenino Esto no se le haría por ejemplo a Sergio Ramos o a cualquier jugador de la selección de fútbol masculina. Vergüenza me da Luis Rubiales».
- c) Rubiales no puede seguir ni un minuto mas en el cargo.
- d) Rubiales debe dimitir, lo que ha hecho es abuso.
- e) «Rubi» no ha sabido estar en la entrega de medallas. Gestos nada elegantes hacia las jugadoras españolas. No se ha comportado correctamente. El beso en la boca a Jenni, el colmo. Debería de dimitir.
- f) Tio asqueroso.

4.2. El insulto como estrategia argumentativa descalificadora

Como sostiene Albelda Marco (2004, p. 110), el fenómeno de la (des)cortesía está estrechamente interrelacionado con los factores extralingüísticos que complementan y acompañan al acto de habla que se emite. Por ello, el uso del insulto en el corpus analizado no muestra

un uso encomiástico, como suele ocurrir cuando estas expresiones se utilizan en el ámbito familiar donde predomina la coloquialidad, sino que, debido al posicionamiento de los usuarios defensores de Hermoso, conservan la propiedad originaria de ser actos de habla «propios de la descortesía y la agresividad lingüística» (Gaviño Rodríguez, 2008, p. 85). Veámoslo:

(6)

Patético, como es un sinvergüenza no dimitirá y @marca4 (sus amiguetes en ese. Iromundo corrupto, las cloacas del fútbol profesional) está haciendo lo posible por blanquear el tema.

No se puede ser más baboso y dar más asco.

Presidente corrupto. Que paso con el negresira boys.

Dimisión de Rubiales puto asqueroso.

El triple uso del insulto se vincula con la adjetivación presente en grupos nominales que muestran un valor despectivo genérico. En (6a), por ejemplo, el emisor recurre al insulto mediante el sustantivo «sinvergüenza». El valor pragmático de este acto de habla cumple dos finalidades comunicativas concretas: la primera, se utiliza como una referencia tácita de Rubiales sin tener que nombrarlo abiertamente («como es un sinvergüenza no dimitirá»); y la segunda, derivada de la primera, que no solo permite causar un menoscabo en el polo positivo de la imagen pública del expresidente, sino que, además, supone un acto que permite salvaguardar la propia autoimagen del emisor. Y lo mismo sucede en (6b), donde se alude tácitamente al expresidente polarizando hasta su máximo nivel las cualidades negativas de ser un baboso y un asqueroso («No se puede ser más baboso y asqueroso»). Por su parte, (6c) alude a Rubiales mediante el cargo que ostenta y vincula el insulto con el desempeño de alguna de sus funciones para destacar, de manera concreta, una mala gestión económica («Presidente corrupto»). Finalmente, la emisión de (6d) muestra una alusión directa a Rubiales no solo para identificarlo y solicitar su dimisión («Dimisión de Rubiales»), sino para presentar el argumento, basado en una expresión fraseológica de carácter descortés (un insulto), que se presenta sin nexo ni verbo copulativo de unión («Dimisión de Rubiales puto asqueroso», en lugar de («Dimisión de Rubiales *porque es* un puto asqueroso»).

⁴El emisor se refiere al Diario Marca, una publicación especializada en la información deportiva.

4. Conclusiones

El discurso de los medios de comunicación, en especial aquel que sirve para relatar cualquier hecho noticioso, a pesar de su pretendida objetividad, se presenta como un acto lingüístico modalizado. De acuerdo con el análisis realizado en las páginas precedentes, se concluye que el diario *El País* cuenta con profesionales de la comunicación capaces de redactar un discurso con una evidente intención persuasiva que es interiorizada por los destinatarios del discurso. Como consecuencia, y derivado de las cuestiones apuntadas, los llamados usuarios del «periodismo 3.0», permite constatar la utilización de la red social X como un lugar de interacción dialógica en la que se observa el uso de recursos expresivos propios del registro conversacional coloquial. De manera concreta, se destaca el uso de recursos deícticos propios del registro informal, como «tío» y sus variantes, así como léxico específico de esta variante lingüística, como los insultos, para evidenciar la postura crítica hacia Rubiales. Asimismo, el uso de estos elementos implica un ataque al polo positivo de la imagen pública del sujeto con cuya actuación se está en desacuerdo. En lo tocante al valor argumentativo de las intervenciones, se ha constatado la existencia de dos tipos de presentación: una directa, mediante argumentos deductivos o causal-consecutivos, como evidenciaba (6a), o argumentos que presentan una gran carga valorativa (1a).

Como se observa, el presente trabajo se sitúa en la línea de investigación del análisis del discurso digital y del discurso coloquial estableciendo un enlace entre ambos, pues aborda cómo los usuarios imprimen en la comunicación mediada por las nuevas tecnologías características propias del discurso coloquial. Conviene, en consecuencia, la realización de nuevos estudios que focalicen su atención en reseñar específicamente cuestiones discursivas de dicha vinculación (como el uso de los emoticonos con valor argumentativo, la frecuencia y el uso de cierto tipo de léxico, la expresión discursiva y pragmática de la sintaxis concatenada o el grado de planificación discursiva que pueda estar presente en las comunicaciones de las redes sociales que pueda ofrecer una explicación vinculada con ciertos factores sociales, como la edad o el género del emisor, a modo de reflexión que enriquezca el panorama del análisis del discurso español.

Referencias bibliográficas

- Albelda Marco, Marta (2004). Cortesía en diferentes situaciones comunicativas. La conversación coloquial y la entrevista sociológica semiformal. En D. Bravo y A. Briz Gómez (ed), *Pragmática sociocultural: estudios sobre el discurso de cortesía en español* (pp. 109-136). Ariel.
- Barthes, Roland (1961). Le message photographique. *Communications*, 1, 127-138.
- Briz Gómez, Antonio (1996). El español coloquial: situación y uso. Arco-Libros.
- Briz Gómez, Antonio (1998). El español coloquial en la conversación. Ariel.
- Burgueño Muñoz, José Manuel (2010). Cuestión de confianza. La credibilidad, el último reducto del periodismo del siglo XXI. Ediciones UOC.
- Calsamiglia Blancafort, Helena y Tusón Valls, Amparo (2012). Las cosas del decir. Ariel.
- Crystal, David (2002). El lenguaje e Internet. Cambridge University Press.
- Dary, David (1976). Cómo redactar noticias. Marymar.
- De Fontcuberta Balaguer, Mar (1980). Estructura de la noticia periodística. ATE.
- De Fontcuberta Balaguer, Mar (1993). La noticia. Pistas para percibir el mundo. Paidós.
- Fairclough, Norman y Wodak, Ruth (1999). Critical discourse analysis. En T.A. van Dijk (ed.) *Discourse Studies. A multidisciplinary introduction*. Vol 2 (pp. 258-284). Sage.
- Gallardo-Paúls, Beatriz (2021). El hablar como intención comunicativa. En Ó. Laureda y A. Schrott (coord.), *Manual de lingüística del hablar* (pp. 79-94). De Gruyter.
- Gaviño Rodríguez, Victoriano. (2008). Español coloquial: pragmática de lo cotidiano. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cádiz.
- Grijelmo García, Álex (2015). El estilo del periodista. Taurus.
- Heller, Eva. (2008). Psicología del color: cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón. Editorial GG.
- Hernando Cuadrado, Luis Alberto (2000). El discurso periodístico. Verbum.
- Lázaro Carreter, Fernando (ed.). (1977). Lenguaje en periodismo escrito. Fundación Juan March.
- Maillat, Didier. y Oswald, Steve. (2009). Defining manipulative discourse: the pragmatics of cognitive illusions. *International Review of Pragmatics*, 1(2), 348-370.
- Martín Vivaldi, Gonzalo (1990). Curso de redacción. Del pensamiento a la palabra. Teoría y práctica de la composición y el estilo. Paraninfo.
- Martín Vivaldi, Gonzalo (1998). Géneros periodísticos. Paraninfo.
- Martínez Albertos, José Luis (1984). Curso general de redacción periodística. Mitre.
- Murphy, Sandra y Dalton, Polly (2016). Out of Touch? Visual Load Induces inattentive Numbness. *Journal of Experimental Psychology: Human Perception and Performance*, 42(6), 761-765.

Pano Ana y Mancera, Ana (2014). La «conversación» en Twitter: las unidades discursivas y el uso de marcadores interactivos en los intercambios con parlamentarios españoles en esta red social. *Estudios de lingüística del español*, 34, 234-268.

Plantin, Christian. (1990). Essais sur l'argumentation. Introduction linguistique à l'étude de la parole argumentative. Kimé.

Torres Álvarez, José (2019). La manipulación informativa en los medios de comunicación escrita. En Á. Cervera Rodríguez y A. Hernando García-Cervigón (Ed), *Análisis del discurso en el español contemporáneo* (pp. 193-209). Visor Libros.

Van Dijk. Teun A. (1999). El análisis crítico del discurso. *Anthropos*, 18, 23-26.