

# "La retórica Twittera y el Ethos polémico en la disputa por la legalización del aborto en Argentina".

Dackow, Cynthia.

Cita:

Dackow, Cynthia (2020). "*La retórica Twittera y el Ethos polémico en la disputa por la legalización del aborto en Argentina*" (Tesis de Maestría). Universitat Pompeu Fabra - UPF, Barcelona, España.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/cynthia.dackow/5>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/pcKm/8ky>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.  
Para ver una copia de esta licencia, visite  
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>.

*Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.*

# “La retórica Twittera y el Ethos polémico en la disputa por la legalización del aborto en Argentina”

Cynthia Dackow (USAL – UPF)

Septiembre de 2020



Imagen Diario Cafayate - 2018

---

## Resumen

El Ethos no solo se define como la presentación del yo en el discurso, sino también como la construcción y el posicionamiento de una identidad. Identidad que, en el discurso polémico, se construye a sí misma y también construye la de su oponente.

Asimismo, la polémica habilita una práctica genuina de la democracia que permite la convivencia de identidades opuestas. En este sentido, a través de la polémica los sujetos participan de complejas relaciones de poder para lograr la consolidación hegemónica de sus respectivas visiones de mundo. Por lo tanto, resulta de suma importancia el estudio crítico de las categorías de Ethos y Anti-Ethos, como así también de las estrategias discursivas asociadas a su construcción dentro de la polémica.

Los casos elegidos para analizar corresponden al intercambio polémico que tuvo lugar en Twitter por la ley de legalización del Aborto en Argentina.

---

**Palabras claves: Ethos – Anti-Ethos - Polémica – Twitter – Identidad - Democracia -Hegemonía**

**Key words: Ethos - Anti-Ethos - Polemic - Twitter - Identity - Democracy -Hegemony**

# Índice

1. Introducción	3
1.1. Sujeto e identidad	3
1.2. Situación sociopolítica y comunicativa del caso de análisis	6
1.3. Objetivos	6
2. Metodología y selección del corpus	8
3. Marco Teórico: Ethos y Polémica	8
3.1. ¿De qué hablamos cuando hablamos de Ethos?	10
3.2. Del Ethos y sus alrededores	15
3.3. La polémica: la forma del disenso	17
3.3.1. Sobre la polémica como argumentación	17
3.3.2. La Retórica twittera: metáfora e ironía	20
3.3.3. Contra la falacia del consenso en democracia: antagonismo y hegemonía	28
4. Presentación de la investigación y análisis	31
4.1. Dicotomización, polarización y desacreditación del otro. Ethos y Anti- Ethos	33
4.1.1. Dicotomización. Ethos y Anti-Ethos polémicos	33
4.1.2. Polarización y Desacreditación. Ethos y anti-Ethos polémicos	40
4.2. Los usos de la Metáforas y la Ironía en la polémica	46
5. Conclusiones	54
6. Referencias	56

## 1. Introducción

### 1.1. Sujeto e identidad

A partir de lo que en filosofía moderna se conoce como el “giro antropológico” o “subjetivista”, la filosofía comienza a alejarse de la metafísica para preguntarse cómo el ser humano entiende y conoce la realidad. A partir del Heidegger de “Ser y Tiempo” (1927-1945), el sujeto es el sujeto existencial, el *dasein* (ser – ahí). Esto significa que no es propiamente un sujeto al modo de la filosofía idealista, es decir, separado del mundo, sino un ser “arrojado” al mundo y “devorado” por el mundo. A partir de este momento la relación sujeto-mundo se vuelve indisociable y el sujeto no puede ser entendido fuera de esta relación. Para Heidegger (1927-1945), el sujeto tiene una conciencia intencional porque va más allá de sí misma; el sujeto está “eyectado al mundo” y es pura “posibilidad”. De esta forma sale de la idea esencialista para pensar al sujeto como construcción posible. El sujeto ya no es pensado como un estado, sino como un devenir, un proceso que marca un continuo hacerse.

El *dasein* (ser-ahí) puede ser interpretado de dos formas: un “ahí” que es el ser mismo, dónde se aloja, o un “ahí” histórico que contextualiza y enmarca al ser (Sztajnszrajber, 2016). Esta segunda interpretación es la que resulta más operativa para pensar al sujeto en relación con las ciencias sociales, porque lo hace participar del mundo óntico y del mundo ontológico a la vez, el sujeto opera en el mundo de las cosas y a la vez se pregunta por el ser. No obstante, en este caso esa pregunta por el ser no se realiza desde la perspectiva metafísica, ordenadora y estabilizadora del mundo, sino justamente desde la voluntad subversiva que posee el ser frente a las “verdades hegemónicas”, que quizá sería más apropiado definir como hegemónías que instauran sus ideologías como “verdades”.

Ya en los años sesenta, Foucault (1968 -1966-) saca definitivamente del centro al sujeto, matándolo como centralidad, pero no lo niega, sino que lo convierte en parte de la trama discursiva como entidad constituida más que como voluntad constituyente. El sujeto ya no es punto de partida epistemológico, el centro ahora es el entramado histórico en el cual el sujeto habita y que lo determina. Que haya perdido la centralidad no quiere decir que haya desaparecido ni que haya perdido toda posibilidad de acción, es el sujeto, al fin y al cabo, como señala el mismo Foucault, el que a través de la praxis construye y da sentido a la historia, al mismo tiempo que es constituido por ésta.

Sin entrar en la controversia sobre la existencia y características de la posmodernidad, es evidente que a partir de los años 80 y a la luz de la filosofía, del psicoanálisis, de la lingüística y de las teorías de la enunciación, las ciencias sociales y humanísticas comenzaron a preguntarse nuevamente por el estatuto del sujeto dentro de las diferentes disciplinas. La importancia concedida a las narraciones mínimas y a las historias particulares desencadena la atención sobre el estudio de colectivos y grupos marginados o ignorados. Los estudios culturales se vuelven así espacio de confluencia de diferentes disciplinas que estudian las identidades. Tal como señala Leonor Arfuch (2005), el estudio de “las identidades” a partir de los años 80 se convirtió en una actividad ineludible e interdisciplinar dentro de las ciencias sociales y humanísticas en relación con lo político:

“Así, bajo este título se cobijó tanto una indagación cercana a la teoría política (identidades post-nacionales, nuevas fronteras, fundamentalismos, ciudadanías multiculturales, minorías, nuevos derechos, replanteos de la democracia, etc.) como la más reciente de los estudios de la diferencia (crítica feminista, estudios de género, estudios gay y lesbianas, etc.), diversas corrientes de la sociología, la antropología cultural y la etnología, enfoques canónicos y también innovadores de la historia, la crítica literaria y los estudios culturales. Un arco multifacético, de afortunadas confluencias disciplinarias, que amplió enormemente el campo nocional y de aplicación de un concepto -el de identidad- que atraviesa, por otra parte, toda la historia de la filosofía.” (Arfuch, 2005, pág 23)

Es importante destacar el alcance del concepto de identidad, ya que el presente estudio no lo plantea como un compendio de cualidades predeterminadas y estereotipadas sino como un espacio abierto, no acabado, cuyas características constitutivas se modifican en la interacción social. Es una categoría relacional que se define por sus diferencias con la otredad: una identidad establece sus límites y características a través de la diferencia con lo otro que no es, al mejor estilo Saussuriano sobre valor y diferencia.

Desde una perspectiva no esencialista, la identidad, tanto individual como colectiva, se puede pensar como construcción de sentido que se elabora, transforma y negocia dentro del espacio social. Debido entonces a que el concepto de identidad no puede ser definido en términos absolutos o totalizadores, ni tampoco como un conjunto de atributos o rasgos preconstruidos, la identidad se presenta como una categoría plural, compleja y cambiante, dado que no es una esencia siempre idéntica a sí misma sino un conjunto de creencias, ideas y valores que se van construyendo dentro del espacio social a través de las diferentes interacciones y relaciones de poder.

Por lo tanto, las identidades han tenido que ser repensadas desde la teoría de la enunciación, otorgando un lugar de privilegio al estudio del interdiscurso:

“Esa dimensión narrativa, simbólica, de la identidad, el hecho de que ésta se construya en el discurso y no por fuera de él, en algún universo de propiedades ya dadas, coloca la cuestión de la interdiscursividad social, de las prácticas y estrategias enunciativas, en un primer plano.” (Arfuch, 2005, pág 25)

La problemática de los alcances y límites de la inscripción del sujeto en el discurso es un debate presente desde los inicios del Análisis del Discurso como disciplina, sobre todo desde la aparición del artículo “De la subjetividad del lenguaje” de Emile Benveniste en 1958, y sigue siendo hasta hoy un tema polémico y apasionante.

Desde las investigaciones que proponen un análisis inmanente del discurso, con eje en una pragmática que descarta en forma absoluta la instancia del sujeto hablante y toda referencialidad (Ducrot, 1986); pasando por propuestas como la sociocrítica (Lyons, 1981; Cros, 2003) que postula un “sujeto cultural” como instancia intermedia entre el sujeto hablante y el sujeto discursivo, en ocasiones con un anclaje explícito en el psicoanálisis; hasta llegar a la postura de la pragmática “intencionalista” (Sperber y Wilson, 2004) que pretende dar cuenta de la subjetividad del hablante empírico, hay una gran variedad de perspectivas que intentan definir y explicar la noción de subjetividad en el discurso. Es así como, desde la revisión de la retórica clásica realizada por la nueva retórica del siglo XX (Perelman, 1989), se reactiva el concepto clásico de Ethos (Maingueneau 1980, 1996, 2010 y Amossy, 2010) que se enmarca en una teoría que permite explicar y describir la emergencia de la subjetividad en los discursos desde la teoría de la enunciación.

Esta idea de subjetividad se podría resumir, siguiendo a Lyons, como la manifestación de la imagen del enunciador en el discurso, marcada en la estructura fonológica, gramatical y léxica del enunciado y también como manifestación de un aspecto social, porque es el resultado de “funciones sociales e interpersonales” que pueden identificarse en el contexto de la enunciación. (Lyons, 1981, págs. 239-240).

## 1.2. Situación sociopolítica y comunicativa del caso de análisis

A partir del 2003 las diferentes agrupaciones feministas de la Argentina organizaron un frente transversal, simbolizado por el “pañuelo verde”, para presionar por la sanción de una ley de legalización del aborto. Tomaron las calles en manifestaciones cada vez más concurridas hasta lograr la instalación del tema dentro de la polémica pública. A través de diferentes debates organizados por diversos agentes políticos (ONGs, partidos políticos, Iglesia, Congreso, agrupaciones feministas, Universidades, etc...) el tema llegó al Congreso y el nuevo proyecto de ley se discutió y votó en 2018, siendo aprobada la ley en la cámara de diputados/as y rechazada en la de senadores/as. Por tal motivo la ley no fue sancionada y se espera que el proyecto ingrese nuevamente al Congreso en 2020.

Durante el tratamiento de la ley en 2018, el Congreso abrió una instancia de **debates públicos** que fueron televisados en directo y subidos a las redes sociales también en directo, en los cuales diferentes representantes de agrupaciones sociales, agrupaciones de escritores y escritoras, científicos y científicas, actores y actrices, intelectuales y muchos otros colectivos, presentaron y fundamentaron sus posturas a favor y en contra del proyecto de legalización del aborto frente a los diputados y a las diputadas de todos los partidos políticos y a la ciudadanía en general.

Estos debates tuvieron su continuación masiva y entusiasta a través de las redes sociales, sobre todo en Twitter. La polarización en torno al tema se trasladó a esta red social, donde los intercambios polémicos tuvieron una etapa de apogeo durante el período en el cual tuvieron lugar las dos votaciones en el Congreso Nacional en sus respectivas cámaras. Durante este lapso la polémica se desató con virulencia entre las posturas a favor (pañuelos verdes) y en contra (pañuelos celestes) de la ley y se utilizaron varios hashtags para etiquetar, ordenar y clasificar los diferentes tweets que se volvieron extremadamente populares.

## 1.3. Objetivos

El objetivo central de este trabajo de carácter exploratorio es analizar la configuración del **Ethos polémico** en el decir político del debate público que tiene lugar en las redes sociales, específicamente en Twitter. Asimismo, a través de los casos seleccionados el análisis pretende alcanzar los siguientes objetivos específicos:

- Describir la configuración del Ethos y del anti-Ethos polémicos.
- Distinguir las identidades que se configuran y manifiestan a través de la polarización del intercambio polémico.
- Analizar y clasificar las estrategias discursivas que se ponen en juego en el intercambio polémico, con especial atención en la metáfora y la ironía.

En resumen, los objetivos de este trabajo están dirigidos a mostrar qué tipo de identidades emergen y cómo se constituyen dentro del discurso polémico en el marco de la discusión política de carácter público. Como así también, pretenden describir algunas de las estrategias discursivas características de la polémica y señalar otras que puedan considerarse con igual estatuto.

## 2. Metodología y selección del corpus

El método utilizado en el presente trabajo es de tipo cualitativo y combina diferentes métodos de análisis de discursos desde la perspectiva multidisciplinaria del **Análisis Crítico del Discurso o Estudios Críticos del Discurso** -ACD / ECD- (Van Dijk, 1999, 2009,2016). El **ACD** o los **ECD**, siguiendo la oportuna aclaración de Van Dijk (2009), no se entienden cómo método sino como perspectiva de estudio desde la cual se intenta describir y explicar a través de métodos de análisis diversos y adecuados la dinámica del poder.

Desde este enfoque inter y multidisciplinario, entendido como herramienta para describir y explicar el entramado ideológico de los discursos como dispositivos semióticos, el análisis de los casos seleccionados se realiza utilizando diversas categorías y conceptos específicos de: la Teoría de la Enunciación (Authier-Revuz, 1984; Dominique Maingueneau, 1996, 2010; Ruth Amossy 1999, 2010. Montero, 2012), la Nueva Retórica (Perelman, Chaim y Olbretchs-Tyteca, Lucie, 1989; Le Guern 1978, Amossy, 2017), la Sociocrítica (Angenot, 1982, 1996, 2010), la Semiótica textual (Lotman, 1996; Eco, 1998) y la Pragmática (Ducrot, 1986; Kerbrat Orecchioni, 1997).

Con respecto al corpus, la selección responde a los siguientes criterios de delimitación:

- a) Selección de los cuatro hashtags más utilizados en la polémica en Twitter. Dos hashtags que se manifiestan a favor de la legalización del aborto y dos en contra, dentro del período que



va desde el 1 de junio de 2018 hasta el 15 de agosto de 2018, fechas entre las cuales tuvieron lugar las dos votaciones en el Congreso en las respectivas cámaras (Diputados y Senadores).

Los hashtags son:

- A favor de la legalización #AbortoLegalYa y #QueSeaLey
  - En contra de la legalización #mentiraverde y #SalvemosLas2Vidas
- b) Los discursos seleccionados son tweets que contienen discursos polisemióticos (componente verbal e icónico). Las respuestas a esos tweets y los retweets quedan eliminados de la selección, como así también los tweets que son respuesta a otros anteriores. En síntesis, solo se han seleccionado tweets originales de cada usuario/a, es decir de primera emisión, que polemizan unos con otros.
- c) Se han eliminado de la selección todos los tweets que contenían un discurso citado en formato audiovisual, en cambio se han tenido en cuenta todos los tweets que citan otros discursos verbales o polisemióticos, es decir verbales e icónicos.
- d) Por último, la selección final es resultado de un criterio de relevancia para el análisis, que tuvo en cuenta la presencia de la mayor cantidad de rasgos dominantes del discurso polémico en los ejemplos seleccionados.

### **3. Marco Teórico: Ethos y Polémica**

El desarrollo y estudio de la noción de Ethos es fundamental para entender la emergencia de la subjetividad, habilitando al destinatario para reconstruir un sujeto en y a través del discurso que se configura a partir de las “huellas” o la “presentación de sí” (Amossy, 2010) que el enunciador, conscientemente o no, deja como marcas en el enunciado y en el acto de enunciación. Cabe señalar que el Ethos encarnará a un sujeto de la enunciación (Benveniste, 1999 -1966-), es decir exclusivamente discursivo que dará cuenta de las ideologías y del sistema de valores que se ponen en juego a través del discurso.

Por otro lado, la polémica, al igual que cualquier otro tipo de argumentación, presenta una base dialéctica ya que incluye la confrontación de puntos de vista y procedimientos retóricos, pero se diferencia en el objetivo que persigue: allí donde la argumentación intenta convencer y consensuar, la polémica intenta vencer sin superar el disenso. El discurso polémico es la producción de un enunciador, individual o colectivo, que necesariamente inscribe en su propio discurso el discurso del otro-oponente, convirtiendo al intercambio polémico en una interacción, presencial o diferida, que toma la forma de una discusión entre adversarios. A esta “heterogeneidad mostrada” (Authier-Revuz, 1984), a través de la cual se inscribe el discurso del otro en el propio discurso, se le agrega la característica, propia del discurso polémico, de la capacidad de configuración de un Ethos y un anti-Ethos polémicos (Garand, 2007). El enunciador proyectará un Ethos polémico y al mismo tiempo creará un anti-Ethos, que será la imagen del adversario inscrita en su propio discurso.

Hay que resaltar que el objetivo de la polémica pública no es el consenso sino la gestión del conflicto. La polémica, para Amossy (2017), permite la coexistencia de grupos divididos por valores y creencias irreconciliables, donde la reducción al consenso sería absolutamente falaz, por esto mismo considera que es un instrumento indispensable para una dinámica realmente democrática.

En este mismo sentido se pronuncia Angenot (1996), que describe a la polémica como “diálogo de sordos” dado que la posibilidad del consenso es nula porque el punto de partida axiomático es absolutamente diferente e irreconciliable. Esta idea de axiomas de base remite a la idea de representación social, que se vuelve fundamental para entender la polémica. Se entiende el concepto de “representación social” como sistema de creencias compartido y naturalizado por una determinada comunidad, pero sin olvidar la tensión entre lo social y lo individual (Raiter, 2002). Esto significa que puntos de vista particulares que cuestionan las representaciones sociales cristalizadas o hegemónicas, pueden constituirse en algún momento en agrupaciones identitarias que según las posibilidades de legitimación (Bourdieu, 2001) se convertirán en voces disidentes autorizadas. Dichas representaciones siempre son ideológicas y se comunican a través de diferentes tipos de discursos y desde distintos roles sociales.

### 3.1. ¿De qué hablamos cuando hablamos de Ethos?

El concepto de Ethos, como es sabido, surge de la Retórica de Aristóteles y recorre un largo camino que va desde la retórica griega, pasando por la retórica latina, hasta llegar al siglo XIX manteniendo, en líneas generales, su concepción primera. Esta era, básicamente, un modo de argumentación de orden afectivo y moral que involucraba al enunciador del discurso e incluía las actitudes y costumbres de personalidad que debía mostrar un orador para persuadir a su auditorio.

Este argumento o prueba del Ethos, que debía superar el orador, se plantea en el libro II de la Retórica junto con los argumentos relacionados al Pathos (argumentos relacionados con las pasiones y sentimientos del auditorio) y al Logos (argumentos relacionados con el contenido y la lógica del mensaje). Tal como aclara Maingueneau (1996), el concepto de Ethos retórico clásico está ligado a la enunciación y no a un saber extradiscursivo sobre el enunciador. La idea central que propone la Retórica clásica es mostrar las formas adecuadas de persuadir, de lograr la eficacia máxima del discurso, y para esto el concepto de Ethos se vuelve fundamental, hasta el punto de ser tenido como principal forma de argumentación efectiva, ya que, en ocasiones, se mostraba más eficaz al momento de lograr la persuasión una acertada creación del ethos que una buena presentación del logos.

Siempre la etimología es iluminadora para comprender el devenir de un concepto. Montero señala oportunamente la doble acepción del término Ethos:

“Vale recordar que etimológicamente la noción de *ethos* tiene al menos dos sentidos: por un lado, *ēthos* (con eta, o e larga), inicialmente “guarida”, “morada”, “habitación”, pero también “carácter”, “costumbre”, “temperamento” o “modo de ser”, de donde se deriva la “moralidad” de los modos de comportamiento humano. Por otro lado, *ěthos* (con épsilon, o e breve) remite a las costumbres, los hábitos, el uso, el acostumbamiento, la repetición y la “domesticación”, y se inscribe en una lógica colectiva y no meramente individual” (Montero, 2012, pág. 226)

Esta doble acepción que hace confluír en el mismo término lo individual y lo colectivo - ya diferenciada, según el análisis de Montero (2012), por el propio Aristóteles al referirse éste al Ethos individual relacionado con el carácter del orador, en la Retórica y al Ethos colectivo como construcción social, en la Política - permite usar el concepto como marca de identidad individual y al mismo tiempo como elaboración de identidades colectivas. Esta característica, presente ya en el uso histórico del término, resulta relevante para comprender el alcance del concepto: éste no solo

encarna la subjetividad del enunciador individual del discurso, sino que permite delimitar y caracterizar las identidades colectivas que interactúan en el espacio social.

Desde la perspectiva retórica actual del análisis del discurso, existen nociones básicas sobre el Ethos que parecen estar ampliamente aceptadas en diversas disciplinas dentro de las Ciencias Sociales. El yo de la enunciación deja marcas en el discurso que son las que permiten reconstruir el Ethos del enunciador. El yo construye una identidad discursiva que puede ser, en cierta medida, planificada y que está presente siempre en el discurso. Puede también tener distintos grados de éxito o fracaso, ya que en los casos en que haya una deliberada construcción de un Ethos, la decodificación por parte del auditorio no necesariamente será la deseada o prevista. Es importante señalar que el Ethos, esa subjetividad que se proyecta, es un efecto de la presencia del sujeto en el discurso. Esto lo señala claramente Greimas cuando habla del “simulacro de la enunciación enunciada”:

"el sujeto de la enunciación jamás puede ser capturado y todos los yo que se puedan encontrar en el discurso enunciado no son sujetos de la enunciación, sino simulacros. [...] Los diferentes yo que podamos encontrar en el discurso son yo hablados y no son yo que hablan. Porque el yo de la enunciación está siempre oculto, siempre sobreentendido" (Greimas, 1996, págs. 11-12).

El Ethos discursivo es comparable con los conceptos de “Autor implícito” (Booth, 1961) y “Autor modelo” (Eco, 1993), uno elaborado desde la teoría literaria y el otro desde la semiótica textual, respectivamente. En el caso de “Autor implícito”, Booth (1961) habla de las “huellas” que el autor real deja en el texto literario y que permiten al lector reconstruir un autor ideal. Estas marcas son por lo general implícitas, es decir están sugeridas, no dichas. En el caso de Eco (1993), el “autor modelo” se presenta como una estrategia del texto mismo que el lector, en su rol de intérprete, debe reconstruir a partir de diferentes marcas diseminadas en el texto. El lector debe activar o actualizar su enciclopedia a través de los códigos y subcódigos que el texto entrega. De esta forma reconstruye un “autor modelo” que puede o no coincidir con el autor empírico, pero que siempre debe ser el resultado de las interpretaciones que el texto que está siendo analizado habilita. En ambos casos y desde disciplinas diferentes, se hace evidente como categorías homologables a la de Ethos aparecen para dar respuesta a la necesidad de “encarnar”, como diría Maingueneau (2010), todo un conjunto de características o rasgos del enunciador que están presentes tanto en el enunciado como en la enunciación e incluso antes, como saber dóxico (ethos prediscursivo) y que remiten al mundo social, cultural y por ende ideológico.

Las reformulaciones en base al concepto clásico de Ethos que se presentan más operativas son las de Dominique Maingueneau (1996, 2010) y Ruth Amossy (1999, 2010). En sus trabajos se pueden apreciar distintas aproximaciones al Ethos, categoría que ambos han trabajado en profundidad desde la Teoría de la Argumentación.

Se puede comenzar a pensar el Ethos desde la distinción que propone Maingueneau (1996, 2010) entre un Ethos discursivo y un Ethos prediscursivo. Distinción que quizá sea necesaria, pero es a la vez conflictiva ya que pone en discusión lo extra discursivo, lo contextual y situacional y los alcances e injerencias de estos conceptos en la enunciación. Según este autor, es imposible negar la construcción de diferentes representaciones del Ethos del enunciador anteriores al momento del acto enunciativo. Por un lado, el destinatario, en muchos casos, dispone de representaciones previas del Ethos del enunciador y aún en los casos en que no las tuviese en forma directa, siempre cuenta con un prejuicio derivado de las imágenes y representaciones sociales que circulan en la sociedad sobre el enunciador. También señala que debería plantearse como decisión teórica la inclusión o no de los elementos extra-discursivos (vestuario, gestualidad, situación, entonación etc...) para el estudio del Ethos en la enunciación.

Más allá de estas consideraciones previas, Maingueneau parte de una apoyatura teórica estándar que propone los siguientes puntos básicos derivados del concepto clásico de Ethos:

- a) El Ethos como noción que se construye a través del discurso,
- b) El Ethos está estrechamente ligado a la persuasión del otro (Pathos),
- c) El Ethos es una noción socio-discursiva, un comportamiento social que es aprehendido solo dentro de la situación de comunicación que a la vez está integrada en una determinada coyuntura sociohistórica.

Asimismo, Maingueneau presenta el concepto de “garante” cuyas características son el “carácter” y la “corporalidad”. Explica el concepto de garante como la voz que certifica en el discurso, a través de un determinado “tono”, lo que es dicho. El Ethos se convierte, para Maingueneau, en una instancia que engloba determinaciones físicas y psíquicas adjudicadas al garante. El garante no se relaciona ni representa al enunciador extra discursivo, sino que es la marca en el discurso del enunciador. El “carácter” del garante será definido como haz de rasgos psicológicos y su “corporalidad” como conjunto de rasgos físicos, atribuidos ambos al garante por las distintas representaciones colectivas,

es decir por un saber dóxico. El Ethos implica entonces una idea del movimiento del garante en el espacio social. Por supuesto, se debe entender que el alcance del discurso en el cual piensa Maingueneau es amplio y polisemiótico, esto lo prueban los ejemplos que utiliza para sus análisis (publicidades, clips musicales, cine etc...)

Otra característica que el autor señala es la de distancia entre el Ethos que la enunciación pretende elaborar y el Ethos que los destinatarios construyen (ethos efectivo). En parte, la existencia de esta distancia se debe a la complejidad de la puesta en funcionamiento de los discursos y a que el enunciador no es dueño absoluto de su decir, ni de la construcción de su imagen. Para analizar esta situación, Maingueneau propone diferenciar tres escenas que denomina: “englobante” (aquella que delimita el tipo de discurso), “genérica” (aquella que determina el género de pertenencia del discurso) y, por último, la más determinante en este caso: la “escenográfica”. Esta última es construida en el discurso mismo y funciona como su “propio dispositivo de habla”. La escenografía configura, en parte, el Ethos del enunciador.

Por último, Maingueneau señala la diferencia entre lo que denomina “ethos mostrado” (aquel que se configura en el plano de la enunciación) y “ethos dicho” (aquel que se hace explícito en el enunciado). El ethos “efectivo”, aquel que interpreta el destinatario, será el resultado de la interacción de las diferentes instancias ethicas, que varían según la inscripción genérica y escenográfica.

Para Ruth Amossy (1999, 2010), en todo discurso oral o escrito, existe lo que denomina la “presentación de sí”. El enunciador construye su Ethos y al enunciar su mensaje muestra, deliberadamente o no, su subjetividad y su identidad. El Ethos es un concepto relacionado con el carácter, los valores y las costumbres del enunciador. Tiene inscripto un componente identitario que, en el plano discursivo y teniendo en cuenta al sujeto de la enunciación que postula Benveniste (1999 -1966-), se construye en y a través de la enunciación misma. En su análisis, Amossy parte de la concepción de sujeto de la enunciación propuesta por Benveniste y marca dos ideas esenciales que deben ser tenidas en cuenta para comprender cómo el enunciador construye su Ethos:

- a) El uso de la primera persona gramatical en relación con la emergencia de la subjetividad y por consiguiente de una construcción identitaria de ese yo que enuncia.
- b) La relación dialéctica entre yo - tú de la enunciación. Sólo en la relación con el otro el “yo” puede perfilarse como sujeto, ya que las expectativas y reacciones del auditorio, es decir, la

doxa, son las que modelan la presentación de sí que se manifiesta como una negociación de la identidad.

Amossy parte del concepto de “agente retórico”. Según la autora el yo de la enunciación presenta un doble estatus, es agente responsable de la enunciación (cumple un acto de habla) y es “hablado” (es decir es condicionado por la doxa de la época). Las marcas de la subjetividad que se concretan en la enunciación llevan a reconstruir al enunciador, es decir a aquel que dice “yo”. Para Amossy, todas las marcas efectivas que se descubren en el enunciado (subjetivemas y modalizadores: axiológicos, afectivos y evaluativos etc...) proyectan en el discurso una imagen de la personalidad, de las competencias y de los valores del enunciador. De esta forma toma relevancia para el análisis del Ethos la categoría de “**subjetivema**” propuesta por Kerbart Orecchioni:

“Los subjetivemas pueden ser verbos, adverbios, adjetivos, sustantivos e incluso locuciones, que a través de la selección que realiza el sujeto hablante dentro de su paradigma cultural (competencias ideológico-culturales) y a través de su utilización dentro del discurso manifiestan la subjetividad del enunciador activando así la dimensión connotativa del lenguaje.” (Kerbart Orecchioni, 1997, p.91)

Es interesante también destacar la idea de “borrado de la subjetividad”. Con este concepto Amossy plantea que aún con el borrado del yo y la intención, deliberada o no, de bloquear la subjetividad en el discurso, se evidencia igualmente una construcción del Ethos. Es decir, que en aquellos discursos en los cuales no existen casi subjetivemas o marcas modales, en aquellos discursos que se presentan con aparente neutralidad o imparcialidad, el Ethos puede igualmente reconstruirse desde el plano de la enunciación.

Por último, Amossy retoma la distinción propuesta por Maingueneau entre “Ethos dicho” y “mostrado” e incluso va más allá señalando las discordancias y contradicciones que se presentan, a veces, entre el “Ethos mostrado” y el “Ethos dicho” de un mismo discurso.

Se puede concluir que el mayor punto de contacto entre el concepto clásico de Ethos y el actual, reelaborado por el análisis del discurso desde la teoría de la argumentación, es la permanencia de la finalidad compleja, fundamental y estratégica de persuadir a través de la construcción de una subjetividad y una identidad del enunciador, construcción que se codifica, se proyecta y se decodifica en y a través del discurso mismo, pero que tiene en cuenta la inscripción social, histórica y cultural de los sujetos.

### 3.2. Del Ethos y sus alrededores

Con respecto a las reformulaciones del concepto de Ethos y sus apropiaciones por parte de diferentes disciplinas, existen definiciones y usos que amplían los alcances del concepto. En concreto en los ámbitos de las ciencias sociales y políticas. En total acuerdo con lo que apunta Montero (2012), el concepto de Ethos no se agota en lo argumentativo, lo trasciende creando la imagen del sujeto social que enuncia y por tal motivo permite la reconstrucción ideológica de ese sujeto, convirtiéndose así en pieza fundamental de contacto entre las teorías de la argumentación y de la enunciación con la Sociología, las Teorías Políticas y la Comunicación Política.

“En efecto, la noción de *ethos* no se agota en su aspecto enunciativo o argumentativo. Esa categoría comporta también, ya desde la tradición aristotélica, pero, sobre todo, en sus acepciones sociológicas y teórico-políticas, una dimensión fuertemente actitudinal, valorativa o motivacional, que remite ya sea a las cualidades morales del orador, ya sea a las disposiciones, valores, creencias, modos de ser y/o inclinaciones que generan conductas, prácticas y acciones.” (Montero, 2012, pág. 225)

Cabe señalar aquí, una vez más, tal como lo explica Agamben (2014) en su trabajo sobre el dispositivo foucaultiano, que el sujeto social es el resultado de la interacción entre individuo y espacio social.

“Recapitulando, tenemos, pues, dos grandes clases, los seres vivientes (o las sustancias) y los dispositivos. Y, entre los dos, en tercer lugar, los sujetos. Llamo sujeto a lo que resulta de las relaciones y, por así decir, del cuerpo a cuerpo entre los vivientes y los dispositivos.” (Agamben, 2014, pág. 18)

Este sujeto social es construido a través del discurso y presentado a través de su Ethos. Ahora bien, si la idea es ampliar el alcance del Ethos de modo tal que permita delimitar y describir las ideologías y las relaciones de poder a través de las cuales ese Ethos se configura, resulta útil rescatar el concepto de Habitus, propuesto por Bourdieu (2007), para reflexionar sobre sus posibles relaciones con el Ethos.

Bourdieu (2007) propone el concepto de Habitus incluso antes de su reconocido trabajo *La Reproducción*, escrito con J.C Passeron, y lo retoma luego con profundidad en *El sentido Práctico*. Al comienzo del capítulo dedicado a la explicación pormenorizada del Habitus, Bourdieu (2007) señala que todo objeto de conocimiento es resultado de una praxis, es un construido y el principio de esa construcción es justamente el Habitus. Su definición, ya clásica, del concepto es la siguiente:

“Los condicionamientos asociados a una clase particular de condiciones de existencia producen *habitus*, sistemas de *disposiciones* duraderas y transferibles, estructuras estructuradas predispuestas a funcionar como estructuras



estructurantes, es decir, como principios generadores y organizadores de prácticas y de representaciones que pueden ser objetivamente adaptadas a su meta sin suponer el propósito consciente de ciertos fines ni el dominio expreso de las operaciones necesarias para alcanzarlos, objetivamente "reguladas" y "regulares" sin ser para nada el producto de la obediencia a determinadas reglas, y, por todo ello, colectivamente orquestadas sin ser el producto de la acción organizadora de un director de orquesta." (Bourdieu, 2007, pág. 86)

El habitus es posibilidad y limitación simultáneamente, esto quiere decir que un sujeto o un colectivo están condicionados por el habitus que constituye su espacio social y al mismo tiempo tienen la posibilidad de desnaturalizar ese habitus. Para Bourdieu (2007) la naturalización de los esquemas cognitivos e históricos que constituyen un habitus determinado es sinónimo de olvido y a partir del olvido la reproducción se vuelve automática. Al ser un sistema "duradero y transferible" la reproducción del habitus se automatiza con facilidad y los momentos de deconstrucción siempre se presentan como polémicos y caóticos, como una entropía dentro del sistema.

Los habitus se construyen y se reproducen, entre otras formas, a través de las prácticas discursivas. Esto significa que los actos de nominación del mundo y de ritualización por parte de enunciadores autorizados a tomar la palabra en nombre del grupo, van construyendo habitus, y al mismo tiempo cuestionando y modificando los habitus hegemónicos dentro de los diferentes campos sociales.

Asimismo, el habitus manifiesta la posición del sujeto dentro de la estructura social, lo hace a través de todo tipo de prácticas y sobre todo a través del "habitus lingüístico", es decir a través de las prácticas discursivas (Bourdieu, 2001, pág. 57). Este "habitus lingüístico" no solo está compuesto por el aspecto verbal sino también por lo que Bourdieu denomina la "hexis corporal". Esta disposición del cuerpo como parte del habitus se puede relacionar con los conceptos de "Ethos encarnado" y de "garante" que propone Maingueneau (*cf. supra. Pág. 14*). Como se puede observar, las características principales del habitus están asociadas a las del Ethos. El habitus es lo social e histórico encarnado, condicionante y regulador al mismo tiempo que detonador de nuevas prácticas o actitudes.

Por todo lo dicho, se puede concluir que el concepto de Ethos permite superar, en parte, la problemática de la inscripción del sujeto en el discurso sin la necesidad de sacrificar la "encarnación" de las instancias ideológicas que resultan fundamentales identificar y describir dentro de la perspectiva del Análisis Crítico del Discurso. Asimismo, permite analizar, a través de la reconstrucción y descripción de la subjetividad, las relaciones de poder que se ejercen y se juegan en el espacio social a través del análisis de los discursos que se encuentran en diálogo y discusión.

Por lo tanto, el Ethos se vuelve categoría fundamental para estudiar el discurso polémico, ya que una de sus características principales consiste en que el enunciador no solo construye su propia imagen en el discurso, sino la del otro oponente. Así, la categoría de Ethos se expande a través de la inscripción del adversario en el discurso del enunciador, negando la visión de mundo del otro.

### **3.3. La polémica: la forma del disenso**

#### **3.3.1. Sobre la polémica como argumentación**

Charaudeau (2009) sostiene que, dentro del discurso político, a la argumentación hay que clasificarla según la situación comunicativa, dado que la argumentación es una noción muy amplia y son las situaciones de comunicación específicas las que ponen en funcionamiento distintos tipos de argumentación, que para este autor pueden ser: explicativas, demostrativas o persuasivas. (Charaudeau, 2009, p.282). Se podría agregar a esta clasificación la categoría de argumentación polémica.

La polémica o erística (ἐριστική) en tiempos de los sofistas, fue y es reducida comúnmente a la violencia verbal o a la explosión emocional y por lo tanto queda desacreditada como estrategia argumentativa seria. Sin embargo, según Amossy (2017), la polémica es parte constitutiva de la argumentación y la violencia verbal, si bien puede suceder, no es una condición sine qua non. La argumentación, cuyo objetivo principal es la persuasión, ya sea a través de la argumentación explicativa (logos) o de la argumentación afectiva (pathos) (Charaudeau, 2009), puede incluir a la polémica como una de sus estrategias, aunque la finalidad de esta última no sea la persuasión.

La polémica, al igual que cualquier otro tipo de argumentación, presenta una base dialéctica ya que incluye la confrontación de puntos de vista y procedimientos retóricos, pero se diferencia en el objetivo que persigue, allí donde la argumentación intenta convencer y consensuar, la polémica intenta vencer sin superar el disenso. Para Amossy, se instaura una dimensión agónica en el debate (cf. *infra*. Pág. 30) a través de la polémica, presente desde su etimología (Πολεμος - Bellum - guerra). Esto conduce a redefinir la argumentación para pensarla como un continuum y colocar a la polémica

como uno de sus términos más extremos. Las características que propone Amossy para distinguir la polémica son las siguientes:

- 
- **Dicotomización:** mediante la confrontación antagónica de ideas se presentan dos posiciones antitéticas que se excluyen recíprocamente, esto propicia la radicalización del debate. Las oposiciones no son lógicas, por lo tanto, no se presentan en términos absolutos, sino que dependen de marcos socioculturales, son de índole conceptual.
- 
- **Polarización:** se define como el agrupamiento de adversarios en instancias identitarias y socioculturales que se plasma a través del esquema: Nosotros – Ellos. Se plantea al adversario como enemigo y esta categoría es de índole social. Por este motivo no hay que confundirla con la dicotomización que opera en el plano conceptual.
- 
- **Descrédito del adversario:** para mantener el agrupamiento es necesario anular y descalificar al otro. Se crea una situación de antagonismo. Según Angenot (1982), existe un doble procedimiento propio de la polémica: argumentación de la tesis y refutación / desacreditación de la del adversario. Es muy común argumentar a través del logos y descalificar a través del ethos (argumentos ad hominem).

Siguiendo con la descripción que propone la autora, la polémica es dialógica en términos Bajtinianos (discurso y contradiscurso) pero no por eso se presenta necesariamente bajo la estructura del diálogo. La polémica involucra tres instancias: el proponente, el oponente y el tercero, cada rol puede ser múltiple y heterogéneo. La estructura de la polémica, lejos de ser ordenada por turnos, se presenta como una instancia políloga<sup>1</sup>, es decir con múltiples interlocutores presentes, potenciales y diferidos.

Por último, la polémica es definida por Amossy (2017) como la situación englobante constituida por diferentes discursos polémicos y/o intercambios polémicos. El discurso polémico es la producción de una de las partes que, necesariamente, inscribe en su propio discurso el del otro-opponente, mientras

---

<sup>1</sup> Neologismo que designa un diálogo en el cual se involucran varios interlocutores, efectivos o potenciales. Práctica propia de las redes sociales. (Amossy, 2017)

que el intercambio polémico es una interacción, que puede ocurrir en forma presencial o diferida, y toma la forma de una discusión en la cual los adversarios se dirigen unos a otros en forma dialogal.

Angenot (1996) analiza la polémica también desde una perspectiva retórica, pero posicionada en la Sociocrítica. La denomina “diálogo de sordos”, ya que no existe para él posibilidad alguna de consenso dado que el punto de partida axiomático de los polemizadores siempre es absolutamente diferente e irreconciliable. En estas bases axiomáticas enfrentadas o “cortes retóricos” se presentan, por lo general, dos tipos de distancias: la cultural y la ideológica. Estas distancias o quiebres se evidencian en la actitud de los polemizadores que, según Angenot (1996), traducen el discurso de su adversario en el “registro negativo” de sus propias categorías, anulando de esta forma la alteridad e instaurando un simulacro de discusión; sus respectivos enunciados se presentan como la negación del contrario recíprocamente.

Asimismo, el autor señala que, en el ámbito específico de lo político, los argumentos nunca están dentro del orden de lo “demostrable” y entonces requieren de eficaces estrategias persuasivas. La ideología no puede “demostrarse” por lo tanto se persuade o se fracasa; en este último caso se instaura la polémica.

“La retórica y la ideológica se superponen en la medida en que el discurso de acción y de decisión política no es jamás del orden de lo demostrable, antes bien, requiere una batería persuasiva bien organizada. Esta discordancia entre la persuasión total y lo necesariamente incierto revela la “locura” propia de toda demostración ideológica.” (Angenot, 1996, pág. 5)

En otro de sus trabajos sobre discurso polémico, Angenot (1982) clasifica a la polémica, junto con el panfleto y la sátira, como un tipo de discurso: agónico, entimemático y doxológico. Es agónico porque siempre construye al otro en términos de antagonista, entimemático porque utiliza silogismos relacionados con juicios de valor y doxológico porque comparte creencias que circulan en la opinión pública. Estas características producen, según el autor, una retórica específica del discurso polémico que consta de todo tipo de figuras que sirvan para la descalificación del discurso del otro y, en ocasiones, del otro mismo (argumento ad hominem). Destaca también la presencia de estrategias vinculadas con el Pathos, es decir recursos discursivos que movilizan el plano de lo afectivo y emocional, como así también el uso de figuras como la ironía y la “metáfora polémica”, que desarrollaré más adelante.

Para finalizar, es pertinente citar los conceptos de Ethos y anti-Ethos polémicos que propone Garand (2016), dado que se plantea la polémica como debate dicotómico y polarizado que parte de una base axiomática irreconciliable, estos conceptos se presentan como resultado lógico de las características del discurso polémico que se han ido describiendo y sosteniendo a lo largo de este trabajo.

Garand (2016) propone, dentro de la práctica polémica, lo que denomina sujeto y anti-sujeto, con sus respectivas imágenes discursivas: Ethos y anti-Ethos. Explica esta clasificación apelando a las situaciones polémicas donde, por lo general, el otro se constituye más que como un interlocutor, como el “blanco” a derribar. Garand deja claro que el anti-Ethos es una figura elaborada por el Enunciador, que presenta en su propio discurso al adversario en forma negativa.

Asimismo, señala que, en ocasiones, ese “blanco” no adopta en absoluto el rol de interlocutor, sino que se habla de él como una “no persona” (en términos de Benveniste), es decir que queda relegado a la categoría de cosa u objeto. En este mismo sentido se pronuncia Kerbrat Orecchioni (1997), cuando señala que un discurso polémico compromete tres actantes: “un locutor polemista, que apunta a desacreditar; un centro del blanco y un destinatario, al que L trata de hacer cómplice.” (Kerbrat Orecchioni, 1997, pág.203)

Es importante tener en cuenta esta descripción de la instancia de recepción del discurso polémico porque, como se puede observar, se complejiza diferenciar a quién se dirige el discurso polémico como interlocutor y de quién habla o emite juicio. Asimismo, resulta interesante la búsqueda por parte del enunciador de la “complicidad” del interlocutor cuando este no coincide con el “blanco”, ya que se podría pensar que en este tipo de discursos polémicos está presente un doble objetivo simultáneo: persuadir al interlocutor y derribar al “blanco”, es decir al enemigo en la polémica.

### **3.3.2. La Retórica twittera - metáfora e ironía**

La elección de Twitter en este trabajo no es azarosa en absoluto ya que esta plataforma nace y se desarrolla como una especie de “ágora virtual” donde los usuarios debaten sobre temas de índole política dentro de una dimensión, generalmente, polémica. Es evidente que el debate público en democracia tiene un antes y un después de Twitter, ya que esta plataforma de alguna manera inauguró un espacio de interacción masivo y horizontal, que permite la amplificación de ciertos debates y la iniciativa de otros nuevos en la esfera pública. Difícil es medir el verdadero impacto social

del debate público en Twitter, como así también el rol de Twitter en la configuración de un determinado clima de opinión pública. No obstante, esta plataforma se ha convertido en la arena de la discusión política, no solo para los ciudadanos y ciudadanas del conjunto anónimo, sino también para políticos y políticas, medios de comunicación hegemónicos y diferentes agentes sociales, tanto individuales como colectivos, que tienen posicionamientos relevantes en el escenario político.

Twitter ha permitido la visibilización y la expansión del debate público, poniendo en evidencia que la polémica es una actividad inherente a las prácticas ciudadanas dentro de la dinámica social. Cabe señalar que más allá de los controles sobre el debate que sin duda operan en Twitter (bloqueos de cuentas, penalizaciones etc...) y de la asimetría entre cuentas según la popularidad o posicionamiento del usuario/a en el escenario político, esta plataforma configura un espacio de interacción política entre diferentes sujetos sociales, dentro del cual se potencian los debates concernientes a la “res publica”, recuperando el espíritu y la voluntad de participación ciudadana en su real dimensión que es la polémica.

Asimismo, Twitter aporta la complejidad de que el discurso emitido llega a diferentes destinatarios a la vez: el receptor es múltiple y heterogéneo. Esta característica es de suma importancia a la hora de construir discursos en esta plataforma, ya que impone pensar un destinatario modelo complejo. En este sentido vale recordar la propuesta de Kerbrat Orecchioni (1997) sobre las dos instancias de recepción que denomina “alocutarios” y “no alocutarios”. Los primeros son previstos por el locutor y el discurso se organiza en base a esa imagen previa del destinatario, en cambio los segundos son solo previstos como posibilidad o incluso no previstos. (Kerbrat Orecchioni, 1997, pág.32). Esta clasificación permite distinguir todas las opciones presentes en Twitter: existe un destinatario (seguidor) que puede ser previsto y es conocido por interacciones previas, pero al mismo tiempo existen interacciones discursivas con destinatarios no previstos, sobre los cuales no podría adelantarse ninguna hipótesis respecto a la forma en que interpretarán el mensaje recibido.

Otras características relevantes son la fragmentación y la brevedad. Ambas obligatorias en este espacio público de debate ya que el máximo de un tweet es de 280 caracteres. También se debe tener en cuenta el formato de diálogo, la facilidad de citación de textos e imágenes y ciertos rasgos propios de la oralidad, por ejemplo, el uso de los emoticones y de otros signos que remplazan las expresiones paralingüísticas propias de la conversación presencial.

Los tweets se emiten para obtener respuestas y comentarios del resto de los usuarios y usuarias de la plataforma, y los enunciados, al igual que en la plataforma Whatsapp, suelen adoptar formas muy cercanas a la conversación. Tal como lo señala Walter Ong (1982) en su célebre “Oralidad y Escritura”, hay que recordar que la oralidad fue primero y fundante, siempre existió sin necesidad de la escritura. Las plataformas que usamos cotidianamente para “chatear” emulan la dinámica originaria de la conversación “face to face”.

Todos estos componentes mencionados habilitan, en esta situación de conversación polémica mediada, el uso de la metáfora y la ironía en forma recurrente, ya que estas estrategias tienen poder de síntesis, espacio para la creatividad y potencialidad polémica. Por este motivo se puede afirmar la existencia de una “retórica twittera” como especificidad.

La metáfora no es una categoría novedosa en el estudio del discurso. De hecho, se la ha estudiado desde Aristóteles hasta nuestros días desde distintos campos y perspectivas. Incluso, se podría decir que toda la teoría sobre la metáfora es, en cierta forma, una paráfrasis compleja de los conceptos aristotélicos. Lo cierto es que las definiciones del propio Aristóteles, tanto en la Poética como en la Retórica, y algunas de las sucesivas reformulaciones y ampliaciones (Le Guern, 1978; Lakoff, 2009, Eco, 1998) dan cuenta de la complejidad del concepto y, en muchos casos, admiten la dificultad de marcar límites precisos entre metáfora y metonimia, como así también la dificultad de definir y categorizar conceptos como los de símil, sinécdoque, catacresis y silepsis, para mencionar algunos. Propongo, entonces, un acercamiento a la metáfora, dejando de lado la función ornamental, que no viene al caso, desde dos perspectivas diferentes, pero no excluyentes: la retórica y la cognitivista.

Desde la perspectiva retórica, y comenzando por Aristóteles, existen en sus obras, no solo definiciones de la metáfora sino consideraciones de los beneficios de su uso. Estas referencias están presentes tanto en la Poética, dónde se indica que el uso de las metáforas es marca de talento y es frecuente en la conversación cotidiana y por lo tanto debe ser imitado en la creación poética (Cap. XXIII, 1459a), como en la Retórica, dónde nuevamente se señala que la metáfora es parte del uso coloquial por lo cual usarla en la construcción de los discursos persuasivos aportará naturalidad (libro III, 1404b). Esto no es un dato menor ya que desde la perspectiva retórica y desde sus comienzos se constata la importancia del uso metafórico más allá del mero ornamento, existe una finalidad doble que consta del efecto de verosimilitud y del logro de la persuasión.

Con respecto a las definiciones de Aristóteles sobre metáfora, han sido estudiadas y comentadas hasta el cansancio las cuatro formas de la metáfora (desplazamientos de género a especie, de especie a género, de especie a especie o por analogía) que propone en la Poética y en la Retórica, textos que presentan las ideas base de sustitución y de semejanza. Desde una perspectiva retórica ornamental, la metáfora se ha estudiado como un artificio para lograr el extrañamiento tanpreciado por la creación literaria. Sin embargo, desde una perspectiva retórica argumentativa, se entiende que percibir las semejanzas para construir metáforas es tener capacidad de observar, comprender y clasificar el mundo. Así lo entendió el mismo Aristóteles en su Retórica, dónde estudia la metáfora como estrategia de persuasión.

En el libro tercero de la Retórica (Aristóteles, III, 2) queda indicado claramente que lo habitual en la conversación es el uso de metáforas y dado que el discurso retórico opera en el plano de lo dóxico y de lo verosímil el orador debe hacer uso de ellas, ya que su talento para crear metáforas, es decir para establecer semejanzas, captará la atención del auditorio y logrará persuadirlo. En el mismo libro, un poco más adelante (Aristóteles, III, 10) Aristóteles agrega que las metáforas además dejan un aprendizaje sobre aquello de lo que tratan a través del ingenio y de la palabra nueva. Por lo tanto, como bien advierte Di Stefano (2006), Aristóteles señala un doble efecto de la metáfora: el de la naturalidad o verosimilitud, y el del asombro ante el ingenio, acompañado generalmente de un aprendizaje. Por último, en el libro tercero también (Aristóteles, III, 10), el filósofo insiste con mostrar la metáfora como vía de aprendizaje y recomienda para esto que no sea ni banal ni oscura. De estas breves consideraciones se puede concluir que Aristóteles presenta la metáfora como una estrategia central para la persuasión al mismo tiempo que para el conocimiento del mundo.

Los estudios sobre retórica argumentativa se retoman con ímpetu durante la segunda mitad del siglo XX con la corriente de la Neorretórica a partir del “Tratado de Argumentación” de Perelman y Olbretchs-Tyteca (1989 -1958-) y del trabajo de Le Guern (1978) “Metáfora y Metonimia” entre otros. Los trabajos del Grupo  $\mu$  en Francia durante la década del 70 también fueron relevantes, pero se concentraron en un aspecto más elocutivo, es decir atendiendo más a las formas y al estilo de la oratoria y no al aspecto argumentativo (Di Stefano,2006).

El estudio de la metáfora cobra entonces un nuevo sentido con trabajos como el de Le Guern (1978), en dónde se encuentra un análisis exhaustivo y detallado de la metonimia, la sinécdoque, la analogía, la catacresis y la silepsis. La metáfora es tratada como fenómeno central de la argumentación



persuasiva debido a su alto potencial connotativo y a que tiene la capacidad de evocar imágenes que ejercen impacto en las emociones o afectos más que en el pensamiento lógico. La metáfora, según explica Le Guern, cancela o suspende ciertos significados para concentrar su fuerza en los que deja habilitados, que suelen ser de carácter axiológico (valorativos o evaluativos), y esto hace que su efectividad persuasiva sea superior a los usos literales. Para Le Guern hay dos grandes grupos de metáforas: las poéticas y las argumentativas. Estas últimas, al contrario de las poéticas, no deben ser ambiguas y los destinatarios deben poder descifrarlas con relativa facilidad, caso contrario no se producirá el efecto persuasivo deseado.

Para Perelman (1997) la metáfora es una “analogía condensada”, porque de la analogía parten todas las metáforas argumentativas posibles por derivación, simplemente anulando unas proposiciones y dejando activas otras. Admite ciertas metáforas específicas como las ornamentales, pero centra su atención en el procedimiento base de la analogía. La metáfora muchas veces se lexicaliza o fosiliza; este desgaste por repetición hace que el procedimiento metafórico pierda fuerza argumentativa. En cambio, le resulta interesante el proceso de catacrexis, porque la naturalización de estas expresiones, que las plantea como de base analógica, favorece la eficacia de la argumentación. Evidentemente le da un papel preponderante a la analogía, y explica que en la argumentación ésta se utiliza generalmente para aclarar un tema, explicando una relación compleja a través de otra más familiar para el auditorio. Otra característica que le asigna a una analogía para ser efectiva es la de la “prolongación”; si la analogía puede desplegarse y desarrollarse será más sólida y productiva para la argumentación. Asimismo, señala que una analogía siempre selecciona o activa en su estructuración algunos aspectos y descarta u oculta otros.

Desde la perspectiva cognitivista el trabajo central sobre metáfora ha sido el de Lakoff y Johnson (2009-1980-). El gran aporte de la perspectiva cognitivista fue pensar la metáfora como parte constitutiva del sistema conceptual, es decir, la forma en la cual pensamos el mundo a partir de la evidencia del uso metafórico en nuestra vida cotidiana. Esta teoría enlaza con la propuesta sobre las Representaciones Sociales (Raiter, 2002) que se comenzó a trabajar desde la psicología social primero y luego desde el ámbito de las Ciencias Sociales. Para que exista la comunicación en una comunidad es necesario compartir creencias y visiones de mundo, es decir, compartir algunas representaciones sociales del mundo (Raiter, 2002) y si, como indican Lakoff y Johnson (2009), los pensamientos son en gran medida de base metafórica, esas representaciones sociales se conforman y se comunican relacionadas con el procedimiento metafórico.

“Hemos visto que la metáfora impregna nuestro sistema conceptual normal. Hay tantos conceptos, importantes para nosotros, que son abstractos o no están claramente delineados en nuestra experiencia (las emociones, ideas, el tiempo, etc.), que es necesario que los capturemos por medio de otros conceptos que entendemos con mayor claridad (orientaciones espaciales, objetos, etc.). Esta necesidad conduce a la definición metafórica en nuestro sistema conceptual.” (Lakoff y Johnson, 2009, pág. 156)

Para resumir algunos de los aportes más significativos de este enfoque, se puede mencionar en primer lugar la crítica del cognitismo a la idea de sustitución. También Eco (1998) advierte que la metáfora no sustituye ningún elemento por otro, sino que en verdad añade conocimiento. Lo que plantean Lakoff y Johnson (2009) es reemplazar la idea de sustitución por la de superposición de dominios. Estos dominios que se proyectan uno sobre otro se conectan a través de semejanzas de ciertos aspectos. El dominio fuente será el dominio más familiar y desde dónde se extrae la metáfora; el dominio meta es aquello que se quiere representar a través de la metáfora. Por descontado que estas proyecciones de un dominio a otro siempre son parciales, caso contrario se verificaría una coincidencia absoluta de dominios convirtiéndolos en idénticos y se destruiría la metáfora.

Otro de los conceptos interesantes que presenta esta teoría es el conocimiento del mundo a través de la metáfora. Los elementos más complejos y abstractos la mente los vuelve concretos a través del procedimiento metafórico, para una mejor comprensión del fenómeno. Lakoff y Johnson (2009) muestran, para ilustrar esta idea, una larga lista de ejemplos con metáforas sobre el tiempo, la felicidad, lo bueno etc... que dan cuenta de este procedimiento. Por lo tanto, el proceso metafórico no solo permite conocer el mundo o intentar explicarlo, sino que también lo estructura de una manera particular.

Por último, la propuesta de “metáfora conceptual”, como metáfora base de carácter cognitivo y todas las posibles manifestaciones verbales de esa idea a través de la conformación de diferentes metáforas, es una idea productiva. La metáfora conceptual es sistemática y goza de cierta estabilidad dentro de una comunidad porque es parte de las representaciones sociales compartidas por esa comunidad. Esto implica que una misma “metáfora conceptual”, que generalmente se plantea como un axioma del tipo: “el tiempo es dinero”, puede ser expresada de diversas formas que podrán variar según la época, la cultura, el sociolecto, el cronolecto, etc...

Angenot (1982), siempre desde una perspectiva social, describe las características de lo que denomina “el empleo polémico de la metáfora” presente en los discursos antagónicos. Parte de una

base claramente Aristotélica, pero señala que la dimensión del análisis debe considerar los contextos históricos y sociales del discurso, ya que sobre todo en este tipo de discursos operan sistemas ideológicos subyacentes. Estos sistemas ideológicos o “ideologemas” forman parte de las estructuras profundas de los textos que el análisis retórico de superficie permitirá identificar.

El autor señala que muchas veces las metáforas en los discursos polémicos se presentan como estereotipadas, lo que produce que pierdan su fuerza polémica porque el destinatario debe trabajar arduamente para establecer ciertas relaciones de semejanza que quizá la cristalización de la metáfora oculte. Por el contrario, propone como usos efectivos de la metáfora en los discursos polémicos: la transposición semántica, la metáfora con despliegue analógico y la remotivación metafórica.

En el primer caso, la transposición semántica de un contexto a otro funciona por su simplicidad de decodificación y porque puede ser muy sugerente según los contextos que se usen en la transposición. Cita como un ejemplo de este uso la siguiente expresión: “proxenetismo intelectual”, señalando la fuerza connotativa que producen los dos campos semánticos utilizados en la metáfora. En el segundo caso, el de la metáfora con despliegue analógico, indica que toda metáfora que pueda desplegarse en una analogía de cuatro términos podrá ser muy explícita y productiva, además de permitir un despliegue argumentativo a partir de la metáfora inicial, creando un campo metafórico. En el tercer y último caso propuesto por Angenot, la remotivación metafórica, la idea es usar la metáfora del oponente para construir la metáfora polémica que la subvierta y desvalore. Uno de los ejemplos citados por el autor es: “balidos en común” que podría funcionar como una forma de desacreditar así a la fraseología cristiana que designa a los fieles como “rebaño” o “grey”.

Los diferentes enfoques presentados muestran algunas coincidencias generales de importancia con respecto a la metáfora: la idea de semejanza (base analógica), su función explicativa del mundo y su fuerza persuasiva. A partir de este breve recorrido a través de las diferentes perspectivas del estudio de la metáfora como procedimiento cognitivo y argumentativo se pueden establecer ciertos criterios de uso en la argumentación polémica.

Desde una visión pragmática la ironía suele presentarse como un “eco” o cita de enunciados precedentes que, por lo general, se distancia de los enunciados originales o base de modo crítico. Ya con esta primera definición queda claro que será un recurso significativo en los intercambios polémicos.

Si bien uno de los primeros teóricos que utiliza la metáfora de “eco” para mencionar la cita o la presencia de otras voces en el enunciado es Bajtin (1989-1975-) en su famoso texto “Problemática de los géneros discursivos”, desde la perspectiva pragmática, el concepto de “eco irónico” o “enunciación ecoica” proviene de la propuesta de Sperber y Wilson (1978, 1981) y de la teoría de la polifonía enunciativa de Ducrot (1986).

Según Ruiz Gurillo (2007), que realiza un recorrido por diferentes teorías sobre la ironía, ésta tiene una presencia indiscutible en las conversaciones orales coloquiales. Según esta autora, en el uso de la lengua se manifiestan estrategias discursivas intencionadas no literales (metáfora e ironía) que activan la interpretación y la argumentación teniendo en cuenta el contexto, las implicaturas y la inferencia. Por todo lo expresado, entiende la ironía como un fenómeno pragmático que pone en funcionamiento el nivel interpretativo del lenguaje.

La ironía se relaciona también con el humor y esto ocurre dentro de los intercambios polémicos con frecuencia. Sin embargo, Ruiz Gurillo (2007) sostiene que si bien el humor presenta variedad de casos en los cuales utiliza la ironía, este fenómeno no necesariamente es humorístico, al igual que el humor no es siempre irónico. Evidentemente existe un nexo, sin embargo, el estudio pragmático de la ironía no necesita de una teoría del humor para comprender el enunciado irónico como un recurso lingüístico.

Siguiendo a Sperber y Wilson (1978, 1981), la autora destaca la idea de uso interpretativo del lenguaje y menciona como este modelo se adecua para pensar la ironía. Sperber y Wilson (1978) proponen el concepto de “mención ecoica” definido como “eco” de un enunciado previo del cual el hablante se distancia por irrelevante o inadecuado.

Por último, Ruiz Gurillo (2007) señala que la propuesta de Utsumi (2000), a partir de la teoría de la “Manifestación implícita”, es una de las más aceptables para el análisis conversacional coloquial dado que pone en juego el contexto y la situacionalidad, las marcas paralingüísticas (prosodia, gestualidad, etc..) y el entorno irónico prototípico. Este último lo explica como un esquema de ironías prototípicas que funcionan como referencia para medir el grado de ironicidad de un enunciado.

Pano Alamán (2013), luego de revisar los conceptos formulados por Sperber y Wilson (mención ecoica) y por Ducrot (polifonía enunciativa), concluye que la ironía puede explicarse a través de la fusión de ambas propuestas como un “continuum o gradación de usos irónicos”. Esta idea la explica

partiendo de un punto en común que tienen ambas teorías: el enunciador se distancia del enunciado al que se refiere y se posiciona de manera negativa (oposición, ridiculización, burla, desprecio etc...) A partir de aquí la tarea será descubrir los mecanismos inherentes a la ironía y el origen y las características del punto de vista al cual se opone o rechaza el enunciador. En los extremos del continuum propuesto se pueden establecer dos posturas irónicas extremas: una sería el desdoblamiento de voces, dentro de la teoría de polifonía enunciativa, donde el foco u origen de la perspectiva cuestionada estaría lejana y sería débilmente identificable dentro del contexto sociocultural; la otra sería una mención directa o indirecta, más relacionada con la teoría de la mención ecoica, que podría identificarse con facilidad dentro del contexto y de la situacionalidad. Según Pano, la primera postura se identificaría con una intención crítica débil y generalizada, más relacionada con la ironía humorística, mientras que la segunda estaría vinculada a una crítica más directa y precisa, evidenciando de este modo una actitud irónica sarcástica.

Las propuestas mencionadas permiten pensar la ironía como una estrategia discursiva propia de la argumentación y presente en todas las variantes del discurso polémico. Los trabajos citados concuerdan en el hecho de pensar la ironía como un fenómeno pragmático teniendo en cuenta la dimensión contextual y los mecanismos de inferencia al mismo tiempo que la relacionan con el discurso polémico y con la crítica.

Ambos trabajos configuran un punto de partida teórico para pensar el hecho irónico en relación con la emergencia de la subjetividad en el discurso. Partiendo del común acuerdo teórico de que la ironía se distancia crítica y negativamente de aquello que menciona pueden establecerse relaciones entre este fenómeno y la configuración del enunciador y del enunciatario dentro del discurso polémico.

### **3.3.3. Contra la falacia del consenso en democracia: antagonismo y hegemonía.**

Tal como señala Rosanvallón (2016), la democracia siempre se ha presentado, simultáneamente, como promesa y problema. Promesa porque, en la acepción rigurosa del término, nunca se ha dado en forma plena la práctica democrática, siempre adopta las características de un proyecto inacabado, y problema porque, justamente, esta práctica parcial y reducida genera constantes reclamos por parte de la ciudadanía de mayor y mejor calidad de participación en la cuestión pública. El

cuestionamiento a la “democracia representativa” y la exigencia de un cambio hacia una “democracia participativa” es quizá uno de los desafíos actuales más urgentes.

En este sentido, una de las prácticas importantes para mejorar la vida democrática y volverla más participativa es el debate público, una de las formas de expresión social de la democracia. Se podrían sintetizar esas formas o modalidades básicas de expresión democrática en tres grandes grupos: a) el sufragio o voto, b) la participación de organizaciones y movimientos sociales y c) el debate público de todo aquello que inquieta a la sociedad y tiene lugar en todos aquellos ámbitos o esferas de interacción social (Cansino, Galicia y García, 2016).

Ese debate público está, desde una perspectiva política agonística (Mouffe, 2007, 20014), constituido por lo polémico. Sin embargo, tal como señala Mouffe, existe una predisposición del liberalismo democrático a favor de un consenso que se vuelve falaz en la medida en que la sociedad como totalización cerrada y definida no es posible, siempre está atravesada por la división y por el poder. Siguiendo el enfoque propuesto de lo político como antagonismo discursivo, esta posibilidad de consenso queda anulada porque los discursos enfrentados no buscan el acuerdo sino la hegemonía (Laclau y Mouffe, 2004).

En este sentido, Mouffe (2007) plantea la distinción entre “la política”, entendida como el plano de la praxis y de la concreción de hechos políticos y “lo político”, como la teoría que se pregunta por la esencia. Por descontado que “la política” estará permanentemente atravesada por “lo político”. Mouffe agrega a su definición el concepto de antagonismo y de agonismo, presentando lo político como una dimensión polémica dentro de la cual se configuran “enemigos” y “adversarios”:

“Lo que caracteriza a la democracia pluralista en tanto forma específica del orden político es la instauración de una distinción entre las categorías de «enemigo» y de «adversario». Eso significa que, en el interior del «nosotros» que constituye la comunidad política, no se verá en el oponente un enemigo a abatir, sino un adversario de legítima existencia al que se debe tolerar. Se combatirán con vigor sus ideas, pero jamás se cuestionará su derecho a defenderlas. Sin embargo, la categoría de «enemigo» no desaparece, pues sigue siendo pertinente en relación con quienes, al cuestionar las bases mismas del orden democrático, no pueden entrar en el círculo de los iguales.” Mouffe (2007, p.16)

La categoría de enemigo se reserva para los conflictos en los cuales una de las partes o ambas, consideran que el otro se configura como enemigo dado que entienden que ha roto las reglas del pacto democrático. Cabría preguntarse si esta diferenciación (antagonismo-agonismo), tan evidente en lo teórico, en la praxis discursiva se puede delimitar con tanta claridad, ya que en muchas

ocasiones se instaura la relación de “enemigo” (antagonismo), como en algunos casos de la polémica, y no la de legítimo adversario (agonismo).

Por otro lado, la centralidad que Laclau y Mouffe le entregan al discurso convierte toda práctica hegemónica, es decir toda intención de posicionar una ideología como hegemónica, en práctica discursiva. La propuesta es romper con la dicotomía de lo discursivo – extradiscursivo y partir del axioma que muestra las prácticas sociales como discurso. En este sentido los autores señalan lo siguiente:

“Sinonimia, metonimia, metáfora, no son formas de pensamiento que aporten un sentido segundo a una literalidad primera de la cual las relaciones sociales se constituirían, sino que son parte del terreno primario mismo de constitución de lo social. El rechazo de la dicotomía pensamiento – realidad debe ir acompañado de un repensamiento e interpenetración de las categorías que hasta ahora habían sido pensadas como exclusivas de uno u otro de sus dos términos” (Laclau y Mouffe, 2004, pág. 150)

Para Laclau y Mouffe, las identidades políticas se conforman en los discursos y son categorías relacionales y diferenciales, es imposible entender la identidad como una totalidad “suturada” y en términos absolutos. Toda identidad necesita para definirse y delimitarse otra diferente que, en el terreno de lo político, es siempre su antagonista. Del mismo modo es entendido el poder, como categoría relacional y no como un estado. El poder, según Laclau y Mouffe que siguen en este caso la línea Foucaultiana, no se aloja en ninguna de las partes sino que se ejerce en las relaciones existentes entre ellas. Asimismo, y en este caso con una explícita mención a Derrida, los autores sostienen que los sentidos tampoco pueden ser absolutos y definitivos, por lo tanto las hegemonías hay que pensarlas como “fijaciones parciales de sentido”, siempre en pugna por sostenerse y siempre amenazadas.

De este modo, las hegemonías, en su carácter de fijación parcial de sentido, están abiertas o son permeables, a través de sus fronteras, a las influencias e interacciones agonísticas que sostienen con otras formaciones discursivas que buscan el posicionamiento hegemónico. En este punto abro un paréntesis para reforzar esta idea desde la semiótica cultural de Lotman (1996). Lotman propone entender la Cultura como un gran texto complejo, un espacio en el cual los diferentes textos circulantes se relacionan a través de sus respectivas fronteras de traductibilidad, generándose movimientos dentro de la “Semiósfera” entre los cuales sobresalen los de memoria – olvido y perifería – centro. Estos movimientos que propone Lotman son equiparables a los momentos

hegemónicos y contrahegemónicos, ya que en ambas propuestas teóricas, desde diferentes disciplinas, se entienden las posiciones hegemónicas como el resultado de las relaciones de poder.

Por lo tanto, teniendo en cuenta que el enfrentamiento es el modo por el cual se conquistan las posiciones hegemónicas, es claro que en términos discursivos será la polémica el terreno en el cual la política agonística tendrá lugar. En este sentido, el debilitamiento de un espacio social o político, lo que Laclau y Mouffe (2004) denominan “crisis orgánica” siguiendo a Gramsci, habilita la “guerra de posiciones”. Este conflicto es el que le da forma y contenido a la polémica a través de su encarnación en diversas instituciones y grupos representativos de espacios sociales y políticos enfrentados.

Por último y como síntesis, cabe señalar que Laclau y Mouffe (2004) proponen dos conceptos claves para entender la configuración del orden social que son: “hegemonía” y “antagonismo”. A través de las permanentes “prácticas hegemónicas”, que necesariamente instauran posiciones antagónicas, se constituye un orden social como resultado de determinadas relaciones de poder. La fijación de ese orden social es siempre temporal y precaria, ya que este momento hegemónico está continuamente amenazado por diversas “prácticas contrahegemónicas”.

#### **4. Presentación de la investigación y análisis**

En base al recorrido teórico propuesto se analizará el caso del debate público en Twitter por la ley de legalización del aborto en Argentina que tuvo lugar en 2018. La primera consideración corresponde a los “hashtags” seleccionados. Los favorables a la legalización son: #AbortoLegalYa y #QueSeaLey, y los que se posicionan en contra de la legalización son: #mentiraverde y #SalvemosLas2Vidas.

Los hashtags o etiquetas tienen como objetivo categorizar contenidos en las redes sociales. En este caso específico de Twitter organizan la polarización de los discursos de los polemistas y preanuncian algunas de las estrategias discursivas que son propias del discurso polémico. Los tweets seleccionados como corpus utilizan indistintamente ambos hashtags en cada caso o a veces solo uno de ellos. Por lo general, cada grupo suele utilizar los hashtags con los que se identifica. No obstante, existen casos en los cuales un enunciador, comúnmente con intención irónica o descalificadora, utiliza los hashtags del oponente. La construcción y la reiterada utilización de uno u otro hashtag



dicen mucho sobre el Ethos del enunciador. Éste, generalmente, adscribe al hashtag utilizado y en ocasiones lo coloca no solo como etiqueta, sino como lexema constitutivo del enunciado, es decir, lo vuelve palabra y más específicamente “subjektivema”, tal como se observará en varios de los casos seleccionados para el análisis.

En los hashtags considerados se puede observar cómo los que se expresan a favor de la legalización del aborto proyectan un Ethos beligerante con posicionamiento de exigencia, pero parecen alejarse de la polémica porque no hacen mención a un otro oponente, mientras que en el caso contrario el Ethos se presenta como beligerante también, pero claramente inscribe al otro oponente en su discurso de forma negativa y descalificadora.

Dentro de los casos que se manifiestan en contra de la legalización, el hashtag “Salvemoslas2Vidas” construye un Ethos que se pretende mejor que el oponente. Mediante el uso del deíctico inclusivo “nosotros” como aglutinador de todos los que se oponen al aborto y a través de un subjuntivo de exhortación, propone salvar las dos vidas como desafío moral, mientras los otros contrarios no lo hacen.

El segundo caso es particularmente destacable ya que presenta un tono beligerante y acusador. Es el caso de “mentiraverde”, que desprestigia al oponente como colectivo a través del uso de una metáfora. Quizás la figura retórica más exacta sea la de cinestesia, que se podría definir como la atribución de cualidades sensoriales a conceptos abstractos. No obstante, existe una base metafórica de semejanza o referencia, ya que la asignación del color verde remite al grupo de los “pañuelos verdes”, por ende, la connotación del color verde permite establecer rápidamente la relación asociativa con el grupo al que desprestigia. En este caso se puede observar como la metáfora se vuelve argumentativa (Le Guern, 1978) ya que la relación se establece sin ambigüedades, es de carácter axiológico y selecciona un aspecto de entre todas las posibilidades del lexema “verde”.

Asimismo, es posible pensar el hashtag “mentiraverde” como “remotivación metafórica” (Angebot, 1982) ya que las denominaciones “pañuelos verdes”, “marea verde” u “ola verde” son utilizadas por el grupo atacado como nominación positiva de sí mismo y signo de pertenencia, por lo cual es evidente la reutilización del lexema “verde” con la intención de descalificar. Además, este hashtag cumple con la condición de configurar en el propio discurso al otro oponente de forma negativa, se construye un otro mentiroso creando así el anti-ethos polémico propuesto por Garand (2016).

Por otro lado, los dos hashtags que se expresan a favor de la legalización, #AbortoLegalYa y #QueSeaLey, tienen la característica de la exigencia sin recurrir al desprestigio del otro. La modalidad deóntica del “deber ser” está presente en ambos y se refuerza con el adverbio “ya” que evoca una expresión imperativa en el primer caso, y con el uso de un subjuntivo exhortativo, es decir, con valor de imperativo, en el segundo.

Pasando ahora al corpus específico de tweets, el análisis se presenta en dos apartados. En el primero se muestra de qué forma se estructuran las tres características propias del decir polémico y los Ethos y anti-Ethos que proyectan y construyen los polemizadores a través de sus discursos, y en el segundo se analiza el uso de la metáfora y de la ironía en relación con la polémica.

#### **4.1. Dicotomización, polarización y desacreditación del otro. Ethos y anti-Ethos**

La forma específica de lo polémico que se analiza en este trabajo es el “intercambio polémico”, porque los tweets se encuentran en diálogo permanente con tweets anteriores a los cuales, directa o indirectamente, responden y al mismo tiempo dialogan con otros discursos que forman parte de la “opinión pública”. La situación comunicativa es claramente políloga, porque el intercambio excede ampliamente la situación clásica de Locutor - Alocutario entendidos como instancias individuales. El locutor puede presentarse como individuo, grupo o colectivo y el alocutario es siempre heterogéneo y múltiple porque la misma estructura de Twitter lo configura de este modo.

##### **4.1.1. Dicotomización. Ethos y anti-Ethos polémicos**

La dicotomización de esta polémica que se analiza, recordando que el antagonismo en este plano es conceptual, se presenta en base a una oposición central que se podría plantear como: Prolegalización del aborto vs Antilegalización del aborto. Esta dicotomía de base, además, se despliega en otras dicotomías subyacentes y solidarias con la confrontación central. Los casos más recurrentes son: Feminismo vs Patriarcado, Progresismo vs Conservadurismo, Estado Laico vs Iglesia, Democracia vs Dictadura y Vida vs Muerte. Se podrían construir, según las recurrencias observadas en este análisis, dos grandes agrupaciones de conceptos que se oponen bajo cada postulado base, como muestra el cuadro a continuación.

<b>Prolegalización del aborto</b>	<b>Antilegalización del aborto</b>
Feminismo	Patriarcado
Progresismo	Conservadurismo
Estado Laico	Iglesia
Democracia	Dictadura
Vida y - Muerte	Vida y - Muerte

Sin embargo, la última oposición (Vida vs Muerte) presenta cierta complejidad al momento de categorizarla bajo uno u otro grupo dentro del esquema propuesto, ya que la defensa de la vida y la valorización negativa de la muerte aparecen como argumento en ambas posiciones. Esto se debe al insalvable desacuerdo que existe entre los sujetos sociales con respecto a la definición y comprensión del concepto “vida”. La perspectiva antilegalización del aborto esgrime como argumento que la vida comienza en el momento de la concepción, por el contrario, la perspectiva prolegalización del aborto no considera persona al embrión. Estos axiomas de bases ideológicas absolutamente opuestas y excluyentes provocan a nivel argumental que ambos grupos defiendan lo que cada uno considera “vida”. Este es un claro ejemplo de la observación de Angenot (1982) sobre las diferencias axiomáticas de base de los polemizadores. No obstante, en el resto de los opuestos también podría decirse que las bases axiomáticas son irreconciliables, pero las diferenciaciones se hacen más claras porque responden a otro nivel de confrontación, no involucran un dilema tan primario, profundo y existencial como es el señalamiento del comienzo de la vida y de la conformación de la persona humana.

Las diferentes dicotomizaciones mencionadas se presentan imbricadas unas con otras a partir de variadas estrategias discursivas y responden a identidades que se crean y negocian en el intercambio polémico. Bajo el hashtag #mentiraverde se puede citar el ejemplo del caso (1). Este enunciador, que se presenta a sí mismo como “Erradicación del cáncer femiprogre”, refuerza su denominación verbal explícitamente antifeminista y antiprogresista con un símbolo de lo femenino tachado, que denota claramente la negación y anulación del otro oponente, en este caso en el rol de explícito alocutario. La negación del otro se postula doble porque “erradicación” es un subjetivema que expresa la voluntad de eliminación definitiva de algo. La dicotomización se manifiesta también a nivel semántico

y léxico. A nivel semántico con las negaciones de los valores como “sororidad”, y a nivel léxico con el uso del diminutivo despectivo “cantitos” y “pañuelitos” para mencionar los símbolos del otro adversario. Por otro lado, la selección del lexema “cáncer” propone al feminismo y al progresismo, unidos en esa ocurrencia léxica de “femiprogre”, como una enfermedad. En este ejemplo se ven claramente las dicotomizaciones subyacentes de: Feminismo vs Patriarcado y Progresismo vs Conservadurismo. Por último, desplegando la idea del hashtag y utilizando el mismo como contenido del enunciado, finaliza con un conclusivo “No les creo la #mentiraverde” en clara oposición a todo lo que el movimiento verde representa y afirmándose como contrario a esas ideologías. A través de lo que Ducrot denomina polifonía enunciativa por negación (Ducrot, 1986), se verifican dos enunciadorees como instancias antagónicas, el que sí cree, cuya afirmación está implícita bajo la negación y el que niega, que es el enunciador que se hace explícito. Se presenta así un anti-Ethos construido como engañador, hipócrita y agresivo, mientras que el Ethos que se muestra como aquel que con sagacidad descubre la mentira y no se deja engañar.



**Caso 1**

Bajo los hashtags #AbortoLegalYa y #SalvemosLas2Vidas, aparecen estos dos ejemplos siguientes (casos 2 y 3) que permiten pensar las dicotomizaciones Progresismo vs Conservadurismo y Estado Laico vs Iglesia desde ambas perspectivas opuestas. En el caso (2) que utiliza #AbortoLegalYa, se plantea la dicotomización en términos de “lucha” o de “competencia”, marcada por el verbo “perder”. La enunciación de esta oposición se realiza a través de una enumeración de hitos históricos que marcaron otras polémicas del pasado y que tuvieron en su momento la oposición del sector

conservador y de la Iglesia. Estos argumentos funcionan como ejemplos de luchas ganadas por el progresismo y el laicismo. En este caso el enfrentamiento se produce mediante el movimiento de memoria-olvido que propone Lotman (1996). Este racconto traído por la memoria cultural al presente se opone al olvido que es por definición negador y ocultador. La anáfora inicial refuerza la idea de la repetición de actitudes negativas del conservadurismo frente a conquistas que el enunciador valora en forma positiva (escuela pública, voto de la mujer etc...). La configuración del anti-Ethos en este caso no se da a través de la descalificación personal sino intelectual, lo inscribe en un grupo que siempre ha intentado detener al progreso, sin éxito. El Ethos, que se muestra como conecedor de la historia, la usa como fundamento de su argumentación y se muestra así sabio, progresista y razonador.



## Caso 2

En el caso (3), que utiliza entre otros el hashtag #SalvemosLas2Vidas, las dicotomizaciones son las mismas y se presentan a través de la cita de un anuncio que invita a la comunidad a la “feria del libro cristiano” y a una conferencia en particular sobre el tema del aborto. El anuncio se presenta con una escarapela celeste y blanca, símbolo patriótico argentino que, en este caso, contiene la leyenda “salvemos las dos vidas”, donde se fusionan el sentimiento patriótico con el posicionamiento ideológico antilegalización, y además utiliza los colores blanco y amarillo, símbolos del Vaticano en clara sintonía con la institución eclesiástica. De este modo el evento se encuentra ya enmarcado en el ámbito ideológico del cristianismo y del patriotismo que muchas veces coinciden con una mirada

conservadora de la sociedad. El enunciador, a través de un nosotros inclusivo y de los subjetivemas “combatiendo” y “defendiendo”, plantea un escenario bélico para la dicotomización Estado Laico vs Iglesia. Al mismo tiempo, explicita que combate a la #mentiraverde y a la #ideologíaDeGénero inscribiendo en el discurso estas categorías como negativas. Es interesante la negación de lo ideológico, que se repite en muchos tweets del sector antilegalización, como algo incorrecto o perjudicial. La configuración del Ethos como proyección de un sujeto no ideologizado y no politizado responde a la negación e invisibilización de las prácticas políticas ciudadanas que pretende imponer el neoliberalismo. Este planteo se ve reforzado por la convocatoria a la “defensa de la familia y la vida” como forma de combatir esa “ideologización”, pero esta defensa es desde la óptica cristiana, es decir, la defensa de un concepto de familia restringido al modelo convencional que no incluye otros modelos de familias existentes. (monoparentales, homoparental etc...). Por lo tanto, el Ethos se muestra como creyente y conservador de los valores tradicionales mientras que el anti-Ethos construido es el del militante de la “ideología de género” que es mentiroso y debe ser combatido por estar en contra de la vida y de la familia tradicional.



The image shows a tweet from Gabriel Ballerini (@BalleriniOK) and a promotional poster for a conference. The tweet text is: "Atención Ciudad de Buenos Aires: Seguimos combatiendo la #MentiraVerde y la #IdeologíaDeGénero defendiendo la Vida y la Familia. Domingo 22 | 17:30 hs. Conferencia en la 10a Feria del Libro Cristiano #FLC2018 #RechazoTotalEnElSenado #NoAlAbortoEnArgentina #SalvemosLas2Vidas". The poster is for the 10th Anniversary of the Christian Book Fair (Feria del Libro Cristiano) from July 19 to 22. It features a special invitation for a conference on Sunday, July 22 at 17:30 hours. The conference topic is "ABORTO E IDEOLOGÍA DE GÉNERO EN EL MARCO DEL PROYECTO DE DESPENALIZACIÓN" presented by Gabriel Ballerini. The poster also includes logos for CON DARCO 1440 (Ciudad de Buenos Aires) and the organizing institutions: ANEP and the National Book Fair (Feria del Libro Cristiano).

Caso 3

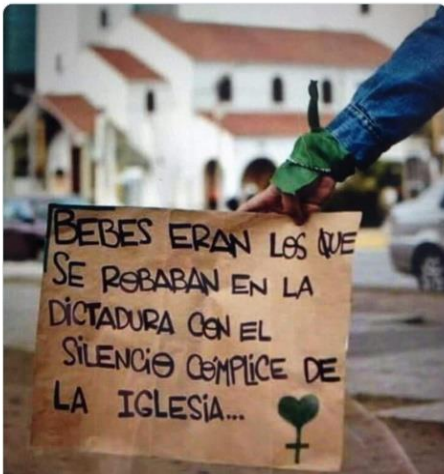
La dicotomización en términos de Democracia vs Dictadura también es recurrente. En estos otros dos ejemplos (casos 4 y 5), bajo los hashtags #QueSeaLey y #AbortoLegalYa, se observa cómo, a través de la cita se plantea la dicotomía. En el caso (4) la cita es de una imagen que contiene una pancarta. La polémica se organiza alrededor de la consigna que alude al robo de bebés durante la última dictadura cívico-militar que tuvo lugar en Argentina desde 1976 hasta 1983. Involucra otra oposición al mismo tiempo, la de Estado Laico vs Iglesia, ya que hace cómplice a la Iglesia de ese delito. La imagen connota una clara adhesión por parte del enunciador al feminismo a través del pañuelo verde de la mano que sostiene la pancarta y el símbolo del corazón verde como reemplazo del símbolo habitual de lo femenino. Por lo tanto, se puede observar una tercera dicotomía que es la de Feminismo vs Patriarcado, reforzada a su vez por la línea de corazones verdes y el hashtag adicional #ElMundoGritaAbortoLegal, que figuran en el cuerpo mismo del enunciado, ya fuera del texto citado.

En el caso (5), la oposición Democracia vs Dictadura se plantea también a través de la cita de la imagen de otra pancarta, pero en este caso se cita la voz del otro adversario para refutarla. La imagen pertenece a una manifestación antilegalización del aborto. Se ve sobre el lateral derecho un muñeco representando un feto, símbolo habitual de estas manifestaciones, banderas argentinas por detrás y un cartel en el centro con la leyenda “cristo vence” acompañado del símbolo característico. Este símbolo, nacido en el cristianismo medieval, fue utilizado por las fuerzas armadas argentinas durante el golpe de estado de 1955 y en eventos posteriores durante la dictadura de 1976 como símbolo reivindicativo de la cristiandad que profesaban. A partir del comentario de la cita el enunciador se distancia críticamente del uso de esta “simbología facista” a través de la locución “lo triste es” y del subjetivema “Fusiladora” que hacen referencia en forma negativa a los militares del golpe de 1955, construyendo así una escenografía discursiva “antifacista” (Maingueneau, 2010). Concluye su argumento con el sintagma “no es casual” que permite inferir la relación de coincidencia ideológica que el enunciador adjudica entre quienes se manifiestan en contra de la legalización del aborto y quienes defienden o apoyan la dictadura. El anti-Ethos se construye como un sujeto facista y el Ethos, en cambio, se muestra defensor de los valores democráticos, centrado porque no agrede al adversario y sabio porque utiliza datos históricos y evidencia para argumentar.



Karen Jaque Mate  
@Pkba88

MIÉRCOLES.  
#QueSeaLey  
#ElMundoGritaAbortoLegal  
♥♥♥♥♥♥♥♥♥♥♥♥♥♥♥♥



Caso 4



Marga Wirkierman  
@MargaWirkierman

El #AbortoLegalYa todavía #NoEsLey, pero lo triste es que usen simbología fascista para festejarlo. Este mismo símbolo estaba en los aviones de la Fusiladora. Los mismos q bombardearon la Plaza en el 55. No es casual. Si querían ampliar la grieta lo consiguieron.  
#YAhora



2:05 p. m. · 9 ago. 2018 · Twitter for Android

Caso 5

Por último, con estos dos ejemplos siguientes (casos 6 y 7) se puede entender el planteo dicotómico de Vida vs Muerte con la ya mencionada complejidad. Bajo la dicotomía central: Prolegalización del aborto vs Antilegalización del aborto, subyace la de Vida vs Muerte que es planteada por ambos grupos a través de una polarización del tipo “nosotros somos provida – ellos promuerte”. Cada grupo hace suya la defensa de la vida desde las representaciones sociales y desde la visión de mundo con las cuales se identifica.

En el ejemplo del grupo prolegalización (caso 6), la argumentación que establece la dicotomización Vida vs Muerte parte de “la vida que no salvaron” y lo hace a través de la cita de un caso emblemático contemporáneo al debate y públicamente conocido sobre la muerte de una mujer en aborto clandestino. Construye, a través de la cita que usa como caso ejemplar y paradigmático, un anti-Ethos culpable y despreocupado por la muerte de la mujer fallecida, que frente al hecho constatable de una muerte y con su actitud de despreocupación contradice su propio slogan de “salvemos las dos vidas”. El Ethos se muestra con autoridad moral para la acusación del otro e implacable en su denuncia, ya que el enunciador explicita que seguirá haciéndolo.

En el otro ejemplo (caso 7), perteneciente al grupo contrario a la legalización, la dicotomización Vida vs Muerte está construida a través de la cita de una imagen de pancarta antilegalización y del uso del hashtag #ProVida. En el plano léxico el anti-Ethos se construye como la “gente mala” que convierte



su vientre en “cementerio”, eufemismo para señalar al otro como quien mata. La contraposición de los subjetivemas “cuna” y “cementerio” marca claramente la dicotomía vida – muerte. El enunciador, que se identifica como “@elcuradetodos” y utiliza locuciones propias del léxico de las personas creyentes como “Gracias a Dios”, se proyecta como un Ethos de religiosidad y de defensa de la vida utilizando el hashtag #ProVida.



Caso 6



Caso 7

Como se ha podido constatar a través de los ejemplos citados, la dicotomización en la polémica no es de base única, bajo una dicotomización central o mayor se despliegan otras solidarias que se relacionan entre sí configurando una red ideológica coherente que manifiesta las diferentes instancias éticas construidas por los discursos en discusión.

#### 4.1.2. Polarización y Desacreditación. Ethos y anti-Ethos polémicos

Pasando ahora a la polarización en la polémica, es preciso recordar que el antagonismo ya no se dirime en el plano conceptual, sino en el social. La configuración de agrupamientos ideológicos, marcada discursivamente por un enfrentamiento nosotros – ellos, delimita grupos que construyen sus respectivas identidades en la diferencia con el otro oponente. La polarización puede estar acompañada de la desacreditación de los argumentos del adversario y del adversario mismo.

En los dos casos siguientes (casos 8 y 9), extraídos de los hashtags antilegalización, se puede observar cómo se construyen las identidades opuestas y se las desacredita. En ambos casos se trata de la descalificación del sujeto prolegalización, pero el enunciador se dirige a un alocutario que no coincide con el blanco-oponente. Es decir, se habla del oponente como un tercero, pero no se le habla directamente a él.

En el primer ejemplo (caso 8), se presenta un enunciador colectivo “MédicosxlaVida” que se manifiesta en contra de la legalización (esto puede verse en los hashtags que utiliza contrarios al ministro de salud que propiciaba la legalización y a favor de las dos vidas) pero que no deja claro si dirige su mensaje a un alocutario adversario representado por el colectivo de los “pañuelos verdes” marcado en el discurso por el pronombre “les” en forma directa o si se dirige a un alocutario más amplio y ese pronombre “les” menciona al tercero o no persona. Más allá de esta ambigüedad de los roles dentro de la polémica, el enunciador claramente se identifica con la “defensa de la vida” a través de la mención del “pueblo argentino” como conjunto homogéneo que se pronuncia a favor de la vida y que evidentemente deja fuera de ese conjunto a todo aquel que esté a favor de la legalización. Es muy interesante esta polarización ya que restringe al colectivo de pertenencia “pueblo argentino” dentro de los límites de la postura antilegalización, el resto no pertenece a ese grupo. Esta delimitación y apropiación de la argentinidad por parte del grupo antilegalización es, como ya se ha señalado, recurrente. Por otro lado, la configuración negativa del Anti-Ethos como transgresor, se presenta en el subjetivema “violar” dentro de la pregunta sobre los artículos constitucionales vigentes hasta el momento, pero sobre todo se construye en las imágenes que el tweet cita. En la imagen de la izquierda vemos la caricatura de una mujer en términos y poses de verdugo con la cofia característica, pero de color verde y con un hacha en la mano a punto de cortar la cabeza de un bebé ubicado como víctima. Esta metáfora icónica presenta un alto grado de lo que Lonchuk (2010) denomina, desde una perspectiva peirciana, “densidad semiótica”. Lonchuk (2010) define la densidad semiótica como los posibles argumentos que se pueden elaborar e interpretar para obtener un “interpretante final” en términos de Peirce. Es una categoría relacional ya que estos argumentos no se alojan ni en el sujeto ni en el objeto, sino en la relación entre ambos en un contexto cultural determinado. En el caso que se analiza claramente se establece una metáfora en la cual se activan aspectos negativos como la muerte por la ejecución a manos de una representante de los pañuelos verdes, que permite inferir, por carácter transitivo, que todas sus integrantes son asesinas de bebés. La metáfora se completa con una mano azul (color que identifica al grupo antilegalización)

derribando a la figura de la mujer-verdugo con el simple y prototípico movimiento de dedos que se utiliza para dispersar una basura pequeña o un insecto. Como se puede observar la carga semiótica de esta imagen es sumamente potente y habilita un interpretante final contundente del otro como asesino, pero al mismo tiempo eliminado por la “mano” del “bien”. La otra imagen, más débil en lo que respecta a significados, se presenta como una ironía, a través del hashtag #fueÉpico que es una reformulación burlesca del hashtag #EsÉpico, en presente, del grupo de los pañuelos verdes. El uso del tiempo pasado como algo superado y la imagen de una mujer llorando con el pañuelo verde al cuello presenta al otro como el derrotado. El Ethos que se configura en este caso es de una argentinidad (#argentinadefiendelavida) que excluye a quienes no comparten la idea del aborto como asesinato y al mismo tiempo construye un Anti-Ethos asesino pero derrotado.



### Caso 8

En el segundo ejemplo (caso 9), se presenta un enunciador individual bajo un alias, “Hadouken”, que teniendo en cuenta la categoría de Ethos prediscursivo elaborado por Maingueneau (2010), se proyecta como un Ethos conservador y antifeminista. Estas características del “garante” se pueden reconstruir a través de su propia presentación en Twitter, como así también por sus anteriores intervenciones en la red. En este caso la polarización se hace evidente, sobre todo a través de la

descalificación y desacreditación del otro en términos explícitos. Junto a la imagen citada de la pantalla del Senado con los resultados de la votación que rechazó la legalización del aborto, el enunciador en una sola frase construye al Ethos y al Anti-Ethos polémicos. El Ethos se manifiesta, nuevamente, como defensor de los valores de la “Argentina” que se configura como sujeto gramatical de la acción “patear en la boca”, que funciona como subjetivema que denota violencia. Vale aclarar que nuevamente dentro del conjunto de “Argentina” queda fuera todo aquel que esté a favor de la legalización. Por otro lado, se configura el Anti-Ethos como “la Sinagoga de Satanás”, un rótulo absolutamente estigmatizante y ofensivo para la comunidad judía, usado como insulto y caracterización del colectivo que defiende la legalización. La polarización presenta, entonces, un Ethos xenófobo, con una valorización positiva de la religión cristiana por sobre el resto y con un rechazo de todo aquel que no comulgue con esta ideología.



### Caso 9

En los dos casos siguientes (casos 10 y 11), uno prolegalización y el otro antilegalización respectivamente, se observa la polarización con un alocutario que en estos casos si coincide con el blanco-oponente. En el primer ejemplo (caso 10) un enunciador individual se dirige directamente al adversario a través de un insulto central estructurado bajo el hashtag #Proignorancia. Esta mención tiene una fuerza ilocutiva y perlocutiva mayor que un mero insulto, dado que no solo acomete la acción de insultar con su efecto obvio, sino que además se constituye en hashtag que pasa a denominar y categorizar al adversario como alguien que defiende la Ignorancia. A través de la

interpelación que comienza con el característico y coloquial “che” rioplatense y continua con un doble insulto “inútiles” e “ignorantes”, el enunciador pide explicaciones con una intertextualidad por alusión (Genette, 1989) proveniente de un canto de hinchada de futbol argentina “Brasil decime que se siente”, estableciendo una relación analógica entre los festejos de Argentina frente a la derrota de Brasil en el mundial y los festejos de los manifestantes antilegalización del aborto en las calles de Buenos Aires. Más adelante el insulto continúa y utiliza las mayúsculas como hipérbole en la palabra “sorete” (mierda) para resaltar el insulto. Los insultos se concatenan a través de verbos de decir: “explicanos” y “contanos”, que interpelan en forma directa e irónica al blanco-oponente que se constituye como alocutario. En este caso resulta interesante atender al “Ethos mostrado” (Maingueneau, 2010). El Ethos “dicho” queda obviamente explicitado como quien insulta e interpela, pero el mostrado se presenta como indignado y alterado. Esto se puede inferir del uso de las mayúsculas y de una escritura muy cercana a la conversación oral, que permite aventurar un cierto grado de espontaneidad propia de la indignación y de la alteración mencionadas.



## Caso 10

En el segundo ejemplo (caso 11), perteneciente a un enunciador antilegalización, el planteo de la polarización se presenta primero contra un otro que no coincide con el alocutario. En la parte del enunciado que construye la frase: “#yolovi al #MinistroAborto mintiendo” el alocutario es amplio e indeterminado, pero en la segunda parte: “Hágale un bien al país y RENUNCIE” le habla al adversario en términos de alocutario directo. La primera parte tiene la fuerza del evidencial #Yolovi, que posiciona al enunciador en un rol de testigo de los hechos. El “renuncie” hiperbolizado por las

mayúsculas y en imperativo muestra la modalidad deóntica presente en el enunciado que construye un Ethos indignado.

Por otro lado, la ocurrencia léxica descalificadora “ministro aborto”, convertida en hashtag y donde aborto reemplaza al apellido del ministro, muestra una fuerza ilocutiva y perlocutiva destacable. El otro se construye como un mentiroso, que defiende una ley “genocida”, subjetivema de alto impacto en la sociedad argentina atravesada por la permanente presencia del recuerdo del “genocidio de la dictadura” e incluso de la “conquista”, locuciones que se siguen utilizando aún y a las cuales la expresión “ley genocida” remite. En resumen, se construye un Ethos de indignación y testigo de una mentira frente a otro-oponente mentiroso y genocida, que en un primer momento es solo blanco del ataque y en un segundo momento blanco y alocutario directo, habilitando con esta estrategia el doble objetivo de persuadir al destinatario, buscando su complicidad, y de atacar al oponente.



#### Caso 11

Como se ha podido observar, la polarización en la polémica no solo permite analizar la identidad a través del Ethos construido, sino también reconstruir la identidad del anti-Ethos como proyección negativa del otro construida por el enunciador polémico. Asimismo, se han podido señalar dos modalidades con respecto al “blanco de la polémica”: la coincidente entre blanco y alocutario y la no coincidente entre blanco y alocutario. De esta forma el adversario puede situarse como el interlocutor directo o como un tercero de quien se habla. En este último caso la polarización permite atacar al adversario y al mismo tiempo persuadir al alocutario.

## 4.2. Los usos de la Metáfora y la Ironía en la polémica

Los casos de metáfora e ironía en el discurso polémico, y sobre todo en Twitter, deben cumplir con los requisitos de creatividad y precisión para lograr un efecto eficaz. La claridad y la simplicidad del mensaje son necesarias para la decodificación, no hay espacio para la ambigüedad. En ocasiones se recurre al humor, en especial a la sátira y a la parodia. En los intercambios polémicos, la metáfora descarta toda finalidad ornamental y la ironía deja claro el distanciamiento crítico para concentrar sus fuerzas ilocutivas y perlocutivas en la argumentación polémica.

Una de las metáforas más recurrentes en este debate fue sin duda la de “Jurassic Park” y todas sus formas derivadas utilizadas por la posición prolegalización. En el primer ejemplo (caso 12) se utiliza esta metáfora como un indicador de estado: “está todo muy Jurassic Park”. El cotexto da una pista del sentido en el cual se debe entender la metáfora a través de la frase “Afuera, las pibas nos marcan el futuro”. Pero evidentemente es necesario recurrir a conocimientos y saberes previos sobre el film y su temática de dinosaurios devueltos a la vida para poder comprender el sentido pleno de la metáfora.

A partir de esta metáfora de base analógica, se construye lo que Angenot (1982) denomina “metáfora con despliegue analógico”. Esta misma analogía (dinosaurios=senadores) será reutilizada constantemente por diferentes usuarios para referirse a los senadores y senadoras y al recinto del senado. Tanto los agentes como el espacio son presentados como arcaicos, conservadores, anacrónicos y retrógrados. La metáfora instaura una oposición espacial que deriva en temporal y conceptual (Lakoff, 2009), ya que la oposición Adentro- Afuera equivale a Pasado – Futuro. Lo de conceptual se sostiene porque esa oposición entre Pasado y Futuro connota visiones de mundo opuestas, siempre el progreso se aloja en el Futuro y señala al Pasado como lo obsoleto. Las imágenes que acompañan el tweet muestran el afuera con colores, movimiento, juventud y festejo, todos símbolos que representan el Futuro. El enunciado verbal agrega una metáfora “prendidas fuego” que connota entusiasmo, presentada como oxímoron “empapadas pero prendidas fuego” que continua con el tono metafórico del mensaje. Todo el enunciado verbal se encuentra reforzado por los emoticones del fuego y de los corazones violetas y verdes que funcionan como símbolos del feminismo.



## Caso 12

El segundo ejemplo (caso 13) es elocuente con respecto a la creatividad. Remite al imaginario de los superhéroes, en este caso configura la figura de las “antisuperheroínas” y se presenta a través de una narrativa breve sobre esas “superheroínas” en versión negativa que representan en forma alegórica al Patriarcado. Es interesante que la alegoría personifique al Patriarcado en figuras femeninas, no obstante, puede deberse a que dentro de los grupos antilegalización del aborto hay notoria presencia femenina sustentada por sus creencias religiosas. Deberían rastrearse más ejemplos en este sentido para poder sacar conclusiones más concretas al respecto.

De todas formas, la metáfora, a través de la parodia y de una transposición semántica (campos semánticos de la lucha contra el aborto y de los superhéroes), ridiculiza al otro oponente con un tono humorístico. La mención de “Sonda, Perejil y Percha” como nombres de supuestas heroínas y con la posterior aclaración del epíteto paródico “las muchachas SuperReligiosas” sustituyendo al típico “Super Poderosas”, remite a tres modos de realizar un aborto clandestino “casero” (introduciendo una sonda, usando perejil o provocando el aborto con una percha como elemento punzante). La espeluznante atrocidad que se revela desde el humor transforma a esta metáfora en polémica porque polariza la situación entre “muchachas SuperReligiosas” y su adversario “las mujeres”, configuradas estas últimas como víctimas y esclavas del sistema patriarcal que impone la maternidad como un deber. Esta polarización concluye con “ellas prefieren a la fuerza”, atribuyéndoles a las



antiheroínas, no solo el atributo negativo de la religiosidad como fanatismo, sino también el de la potestad del abuso de poder.



**Caso 13**

Continuando con la metáfora de “Jurassic Park”, presentada anteriormente como un “despliegue analógico”, se puede observar en el siguiente ejemplo (caso 14) como se retoma, por parte de otro enunciador prolegalización, esta metáfora haciendo ahora mención a los senadores y senadoras como “dinosaurios de pañuelo celeste”. La metáfora sirve para configurar un Anti-Ethos anacrónico y retrógrado además de insensible frente a la muerte de una joven madre en un aborto clandestino. El enunciado se abre con un oxímoron “se escucha el repugnante silencio” que a su vez conforma una metáfora que descalifica a través del adjetivo a quienes no se expresan frente a esta muerte.



**Caso 14**

En el ejemplo siguiente (caso 15), la metáfora utilizada es de tono bélico. Bajo el hashtag #SalvemosLas2Vidas el enunciador colectivo ACI Prensa - Agencia Católica de Informaciones a nivel global - enuncia que los “fieles” preparan “artillería espiritual” contra el aborto. Esta metaforización del debate como combate o guerra ha sido estudiado por Lakoff (2009) y planteado como metáfora conceptual básica. No obstante, es interesante observar que en este caso la artillería es espiritual y son los fieles los que la organizan, a modo de “cruzada”. La valoración de los integrantes del grupo como “fieles” remite a un Ethos de religiosidad combativa que insta al otro adversario como “infiel” y recuerda las guerras de religión. La imagen que completa el enunciado muestra en primer plano una pancarta con un feto y una bandera argentina bajo la cual se lee “Si a la vida siempre” en blanco y amarillo, los colores símbolos del vaticano. El texto verbal claramente funciona en este caso como “relevo” (Barthes,1986) porque complementa la imagen que por sí ya es elocuente. El Ethos que se construye a través de esta metáfora bélica es de beligerancia religiosa.



Caso 15

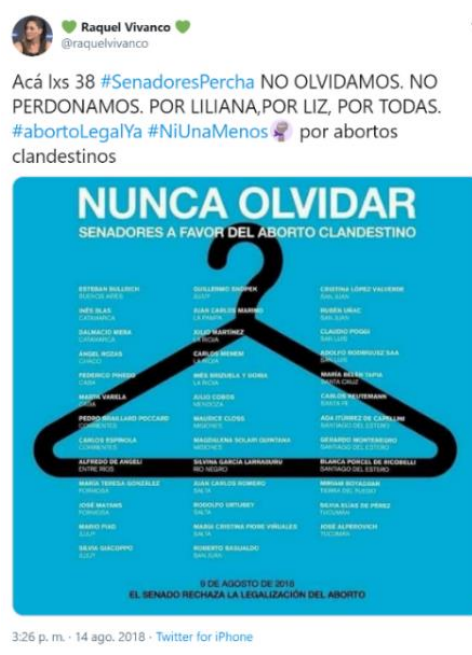
Por último, los dos ejemplos (caso 16 y 17) de metáfora que se presentan a continuación parten de la misma base metafórica. La percha, como ya ha sido mencionado, remite a una de las formas habituales de prácticas de abortos clandestinos caseros, común en personas en situación de bajos recursos económicos y con escasa instrucción.

En el primer ejemplo (caso 16), el tweet de un enunciador antilegalización, presenta una foto intervenida del cartel original de propaganda de Amnisitia Internacional Argentina, que utilizó la percha como símbolo en su campaña a favor de la legalización. La intervención sobre la metáfora da cuenta de la dimensión polémica y polifónica que ésta puede adquirir. El enunciado verbal del cuerpo del tweet es simple: “Basta de #mentiraverde”, hashtag que ya fue analizado como una remotivación metafórica frente al original “ola verde” o “marea verde”. La interjección que funciona a modo de imperativo introduce el cuerpo central que está compuesto por la imagen intervenida. Sobre la leyenda del texto original citado en el tweet: “Adios” y el ícono de una percha sobre fondo verde alusivo al movimiento, se superpone la voz del otro oponente que interviene para refutar el texto citado. Niega que la percha sea causa de muerte aduciendo otras escritas sobre el cartel y en rojo señala con la leyenda “mentira” el texto explicativo de Amnisitia Internacional. Esta polifonía enunciativa por negación (Ducrot, 1986), en este caso polisemiótica, muestra al otro negado y anulado a través de la invalidación de su discurso. En este caso la metáfora es retomada para negarla y pone en evidencia la fuerza ilocutiva y perlocutiva de la misma.

En el segundo ejemplo (caso 17), partiendo de la misma metáfora de la percha pero desde la perspectiva prolegalización, la misma metáfora se usa para nominar a los senadores y a las senadoras con el epíteto de “percha” porque su voto negativo fue el que habilitó que la “cultura de la percha” continuase. La ocurrencia “senadores percha” es una reformulación de una metáfora base, que ha sido popularizada y que permite un “despliegue de campo metafórico”, como lo denomina Angenot (1982). La imagen se presenta rediseñada con fondo celeste, instaurando al otro oponente en el discurso en forma negativa, la percha es negra símbolo de luto y muerte, y la leyenda indica “nunca olvidar” como mandato de recordatorio de la lista de nombres que aparece a continuación. Reforzado por el texto verbal, que actúa nuevamente como relevo a través de una frase emblemática contra la dictadura “no olvidamos, no perdonamos” que se reutiliza en este contexto estableciendo intertextualidades claras y configurando un Ethos antidictadura.



Caso 16



Caso 17

Para finalizar el análisis, los tres ejemplos siguientes son casos de ironía (casos 18, 19 y 20). La ironía siempre se plantea como polifónica y como respuesta a otro enunciado explícito o implícito. Es conveniente y operativo para el análisis pensarla como un continuum (Pano, 2013) ya que los extremos oscilan entre la distancia humorística, donde casi no se percibe la crítica o no se identifica con claridad el blanco y el sarcasmo, la sátira y la parodia, que dejan claramente marcado el blanco de la ironía. Por lo general, la ironía utiliza el recurso de la cita alusiva, explícita o narrativizada del adversario para refutar o ridiculizar sus dichos (Montero, 2016).

En el primer ejemplo (caso 18), la ironía responde a la acusación de incoherencia o contradicción que la postura antilegalización le atribuye a la postura prolegalización. Por este motivo, la historieta feminista citada se presenta como respuesta a esta idea que circula en la doxa. Configura un otro adversario como ignorante imposibilitado de realizar una diferenciación semántica básica entre “legal” y “obligatorio”. Esta respuesta que sostiene el argumento de que la legalización no obliga a nadie a realizarse un aborto, se defiende desde la ironía ridiculizando al otro y estableciendo un Ethos de supremacía intelectual. El distanciamiento irónico del que habla Pano (2013) es en este caso mínimo, ya que la coincidencia del enunciador con la voz que refuta y la crítica directa al adversario lo acercan a la idea de “mención ecoica”, es decir, una instancia fácilmente atribuible a una identidad determinada y con alto grado de sarcasmo.

El segundo ejemplo (caso 19), similar en lo que respecta al tipo de ironía, presenta la cita de la voz del adversario para refutarla. El enunciador prolegalización cita las palabras de la senadora antilegalización, Fiore, para destruir su argumento a través de la ironía. En este caso, entonces, la voz del otro se hace explícita y se observa como se ataca la tesis y no se agrede al adversario. No obstante, se lo presenta como otro ignorante y falto de lógica o sentido común. La respuesta irónica permite así dos lecturas, la ingenua y la irónica (Ducrot, 1986). En este caso las mayúsculas advierten el cambio entre el discurso citado del oponente y la respuesta irónica enfática. El remate de la respuesta irónica esclarece todo tipo de duda y diluye al enunciador ingenuo, dejando habilitado solo el sentido irónico.



**Caso 18**



**Caso 19**

Por último, en el tercer ejemplo (caso 20) sucede algo similar en el sentido contrario. Desde la perspectiva de un enunciador antilegalización que toma un posteo prolegalización, se comenta el texto base desde una ironía sarcástica que ridiculiza al otro adversario construyéndolo como ingenuo y fantaseoso. Refuerza la ironía verbal “yo deseo que sea mariposa” con emoticones alusivos como la mariposa y la larva respondiendo así no solo al texto citado, sino también a discursos previos que circularon explicando que el embrión no es una persona y que tiene el status o categoría biológica de una larva. La ironía, de este modo, se expande y no solo responde a la pancarta que alude al deseo materno para dar “vida” al feto sino a otros discursos circulantes en ese sentido. Un detalle de esta

enunciación irónica es el uso del lenguaje inclusivo “diputades” que parodia ese uso al mismo tiempo que inscribe al otro en una identidad definida como feminista y antipatriarcal configurando un Ethos que se opone a esas ideologías desde el momento en que las ridiculiza.



Como se ha podido observar, tanto la metáfora como la ironía en la polémica utilizan con frecuencia el sarcasmo, la sátira y la parodia. Estas estrategias permiten sintetizar los mensajes y al mismo tiempo volverlos impactantes a fuerza de creatividad, logrando de esta forma el efecto polémico: refutar la tesis y desacreditar al adversario.

## 5. Conclusiones

Partiendo de la propuesta de Laclau y Mouffe (2004), sostenida en este trabajo, de que el enfrentamiento es el modo por el cual se conquistan las posiciones hegemónicas y que en términos discursivos es la polémica el terreno en el cual la política agonística tiene lugar, una de las conclusiones que surge del análisis es la relación de interdependencia entre dicotomización y polarización. La polarización y las identidades antagónicas que a través de ella se configuran, como ha demostrado el análisis, establecen relaciones lógico-argumentativas coherentes e ineludibles con las ideologías presentes en la dicotomización central. Por tal motivo, se hace necesario el estudio de estas dos categorías, dicotomización conceptual y polarización social (Amossy, 2017), de forma conjunta y relacionada. Asimismo, el estudio de las relaciones entre Dicotomía y Polarización desde la perspectiva del ACD permite identificar y describir, a través del análisis de las estructuras semánticas, gramaticales y léxicas de los discursos polémicos, las marcas ideológicas subyacentes a las formaciones discursivas que se encuentran en pugna por la fijación hegemónica.

Por otro lado, las categorías de Ethos y Anti-Ethos resultan operativas para describir la subjetividad y su encarnación en los intercambios polémicos, habilitando una comprensión más profunda de las orientaciones ideológicas, explícitas e implícitas, presentes en los discursos de los agente sociales individuales y de las diversas instituciones y grupos representativos de espacios sociales y políticos enfrentados. No obstante, este trabajo de carácter exploratorio ha mostrado la necesidad de un estudio más profundo que analice los intercambios polémicos no solo como ocurrencias ocasionales, sino como intercambios continuos y permanentes entre enunciadores, es decir, desde un enfoque diacrónico que contemple los cambios evolutivos. Este tipo de estudio permitiría elaborar hipótesis y conclusiones más específicas y sólidas con respecto a las características de la construcción del Ethos y anti-Ethos y su relación con la proyección de la subjetividad. En este mismo sentido, cabe señalar que el análisis de los intercambios polémicos seleccionados en este trabajo pone de manifiesto la función de la dimensión polémica como espacio de intercambio, afirmación y fijación de las identidades sociales y políticas en democracia.

Por último, es evidente que ha quedado demostrada la recurrencia indiscutible de la metáfora, la ironía y la cita como estrategias discursivas efectivas y peculiares dentro del discurso polémico. Si bien este trabajo se ha concentrado en la metáfora y la ironía como los recursos principales y habituales del discurso polémico, ha quedado probado que debe incorporarse y estudiarse en futuros

trabajos también la cita como caso particular. Como ha sido mencionado en el marco teórico, esta estrategia discursiva de heterogeneidad mostrada de tipo marcada (Authier-Revuz, 1984) es un recurso frecuente en los intercambios polémicos, pero el análisis ha mostrado además, que la cita, al incorporar la voz del otro oponente para acto seguido ponerla en duda, desacreditarla o refutarla, podría ser señalada como práctica característica de la polémica, al mismo tiempo que podrían establecerse categorizaciones específicas de su uso polémico y relaciones relevantes con la metáfora y la ironía que también presentan aspectos polifónicos.



## Referencias

- Agamben, Giorgio. (2014) *Qué es un dispositivo*, Buenos Aires, Argentina: Adriana Hidalgo editora.
- Amossy, Ruth. (2010). "La présentation de soi. Ethos et identité verbale." Chapitre 4 en *Images de soi, images de l'autre*, (Traducción realizada por María Mercedes López para uso exclusivo de los alumnos del Seminario Introducción al análisis del discurso/2011, de la Maestría en Análisis del Discurso, FFyL, UBA) Collection L'interrogation philosophique, Paris, Francia: Presses Universitaires de France.
- Amossy, Ruth. (2017). *Apología de la polémica*, Buenos Aires, Argentina: Prometeo.
- Angenot, Marc. (2010). *El discurso social*. Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI.
- Angenot, Marc. (1982). *La parole pamphlétaire. Contribution à la typologie des discours modernes*, Paris, Francia: Payot. (Traducción y selección a cargo del Prof. Roberto Bein – Universidad de Buenos Aires - UBA-)
- Angenot, Marc. (1996). "Nuevas figuras de retórica: la lógica del resentimiento. El arte de persuadir y la causa del fracaso", en *Les idéologies du ressentiment*. Montréal, Canadá: XYZ. (Traducción del capítulo a cargo de Adriana Mastalli (Instituto de Profesores "Artigas", Montevideo, Uruguay Recuperado en: <http://marcangenot.com/wp-content/uploads/2012/09/NUEVAS-FIGURAS-ANGENOT.pdf>
- Aristóteles (2013). *Poética*, Madrid, España: Alianza.
- Aristóteles (2002). *Retórica*, Madrid, España: Alianza.
- Arfuch, Leonor. (2005). *Identidades, Sujetos y Subjetividades*, Buenos Aires, Argentina: Prometeo.
- Authier-Revuz, Jacqueline. (1984). "Heterogeneidades enunciativas", en *Langages* Nro 73. Traducción para el Instituto de Lingüística - UBA a cargo de la Prof. García Negroni.
- Bajtín, Mijail, (1989-1975-). *Teoría y Estética de la Novela*, Madrid, España: Taurus.
- Barthes, Roland, (1986). "La retórica de la imagen", en *Lo Obvio y lo obtuso*, Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- Benveniste, Emile, (1999). "De la subjetividad del lenguaje", en *Problemas de Lingüística General II*, México, Siglo XXI.
- Bourdieu, Pierre, (2001). *¿Qué significa hablar?*, Madrid, España: Akal.
- Bourdieu, Pierre, (2007). *El sentido práctico*, Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI.
- Booth, Wayne, (1961). *The rhetoric of fiction*, Chicago, University of Chicago Press.

Cansino, C; Galicia, J y García, E. (2016). “Democracia, opinión pública y redes sociales”, en AA.VV., *Del Homo Videns al Homo Twitter: democracia y redes sociales*, Puebla, México: Universidad Autónoma de Puebla.

Charaudeau, Patrick, (2009). “La argumentación persuasiva. El ejemplo del discurso político”, en Université Paris-Nord 13, Recuperado en:

[https://www.patrick-charaudeau.com/IMG/pdf/2009\\_d\\_Argum-\\_y\\_persuasio\\_Hom\\_Bolivar\\_.pdf](https://www.patrick-charaudeau.com/IMG/pdf/2009_d_Argum-_y_persuasio_Hom_Bolivar_.pdf)

Di Stefano, Mariana (coord.) (2006). *Metáforas en uso*, Buenos Aires, Argentina: Biblos.

Ducrot, Oswald, (1986). *El decir y lo dicho: polifonía de la enunciación*, Barcelona, España: Paidós.

Eco, Umberto. (1993). *Lector in Fabula*, Barcelona, España: Lumen.

Eco, U. (1998). *Semiótica y Filosofía de Lenguaje*. Buenos Aires, Argentina: Lumen.

Filinich, María Isabel. (1998). “Modalidades y enunciación. Cap. V”, en *Enunciación*, Buenos Aires, Argentina: Eudeba.

Foucault, Michel, (1968). *Las palabras y las cosas*, Buenos Aires, Argentina: Silgo XXI

Genette, Gerard, (1989). *Palimpsestos*, Madrid, España: Taurus.

Greimas, Algirdas Julien, (1996). *La enunciación. Una postura epistemológica*. Puebla, México: Universidad Autónoma de Puebla.

Garand, Dominique, (2016). “La función del ethos en la formación del discurso conflictivo” en Montero, Soledad [comp], *El análisis del Discurso polémico*, Buenos Aires, Argentina: Prometeo.

Heidegger, Martin, (1993). *El ser y el tiempo*, México, México: FCE.

Kerbrat Orecchioni, Catherine. (1997). *La Enunciación – de la subjetividad en el lenguaje-*, Buenos Aires, Argentina: Edicial.

Laclau, Ernersto y Mouffe, Chantal, (2004). *Hegemonía y estrategia socialista*, Buenos Aires, Argentina: FCE.

Lakoff, George y Johnson, Mark. (2009). *Metáfora de la vida cotidiana*, Madrid, España: Cátedra.

Le Guern, Michel. (1978). *La metáfora y la metonimia*, Madrid, España: Cátedra.

Lonchuk, Marcela. (2010). “La imagen – Capítulo 1”, en *Procesos argumentativos en la interpretación de imágenes gráficas con contenidos identitarios nacionales*, (Tesis doctoral), Madrid, España: Universidad Autónoma de Madrid.

Lotman, Juri. (1996). *Semiosfera I. Semiótica de la cultura y del texto*. Valencia, España: Universitat de Valencia.

Maingueneau, Dominique. (1996). "El ethos y la voz de lo escrito", en *Revista Versión*, Vol. 6. UAM Págs. 79-92. México, México: UNAM.

Maingueneau, Dominique. (2010). "El enunciador encarnado. La problemática del ethos", en *Revista Versión*, Vol. 24. Págs. 203-225. México, México: UNAM.

Montero, Ana Soledad, (2012). *Los usos del Ethos. Abordajes discursivos, sociológicos y políticos*. En *Revista Rétor nro 2*, pp. 223-242, Buenos Aires, Argentina: Asociación Argentina de Retórica (AAR). Recuperado en: <https://dialnet.unirioja.es/ejemplar/369873>

Montero, Ana Soledad, (2016). *Los modos de la polémica en el discurso político: ironía, oposición y refutación*. Buenos Aires, Argentina: Conicet.

Recuperado en: <https://conicet-ar.academia.edu/SolMontero>

Mouffe, Chantal, (2007). *En torno a lo político*, Buenos Aires, Argentina: FCE.

Mouffe, Chantal, (2014). *Agonística. Pensar el mundo políticamente*, Buenos Aires, Argentina: FCE.

Ong, Walter, (1982). *Oralidad y Escritura*, Buenos Aires, Argentina: FCE.

Pano Alamán, Ana (2013). "La ironía, entre polifonía y mención ecoica. Cuando se opina en la red", en Alvarado, B. y Ruiz, L. (comp) *Humor, ironía y géneros textuales*, Alicante, España: Universidad de Alicante.

Perelman, Chaim y Olbretchs-Tyteca, Lucie. (1989). *Tratado de la Argumentación*, Madrid, España: Gredos.

Raiter, Alejandro. (coord.) (2002). *Representaciones Sociales*, Buenos Aires, Argentina: Eudeba.

Rosanvallon, Pierre, (2016). "La democracia en la era de la desconfianza", en AA.VV., *Del Homo Videns al Homo Twitter: democracia y redes sociales*, Puebla, México: Universida Autónoma de Puebla.

Ruiz Gurillo, Leonor (2007). "La ironía verbal ", Cap. 6, en *Hechos pragmáticos del español*, Alicante, España: Universidad de Alicante.

Sperber, D. y Wilson, D. (1978). "Les ironies comme mentions" en *Poétique*, 36, págs. 399-412.

Sperber, D. y Wilson, D. (1981). "Irony and the use-mention distinction" en Cole, P. (ed.), *Radical Pragmatics*, pp. 295-318, Nueva York, USA: Academy Press.

Sperber, Dan y Wilson, Deirdre, (2004). "La teoría de la relevancia" en *Revista de Investigación Lingüística*, Vol. VII - 2004. Págs. 237-286.

Recuperado en: <https://revistas.um.es/ril/article/view/6691>

Sztajnszrajber, Darío, (2016). *Clase magistral sobre Heidegger*, en plataforma educativa Universidad Libre. Producido por [www.facultadlibre.org](http://www.facultadlibre.org), Argentina.

Recuperado en: <https://youtu.be/RHJH35jPJ3w>

Utsumi, Akira, (2000). "Verbal irony as implicit display of ironic environment: Distinguishing ironic utterances from nonirony", *Journal of Pragmatics* 32, pp. 1777-1806: Elsevier. Recuperado en: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0378216699001162?via%3Dihub>

Van Dijk, Teun A. (1999). *El análisis crítico del discurso*. En *Revista Anthropos* Nro 186, septiembre-octubre, pp. 23-36. Barcelona, España: Anthropos.

Van Dijk, Teun A. (2016). *Critical discourse studies: a sociocognitive approach*. En Wodak, Ruth y Meyer, Michael (eds.), *Methods of Critical Discourse Studies*, London: UK: SAGE.

Van Dijk, Teun A. (2009). *Discurso y Poder*. Barcelona, España: Gedisa.