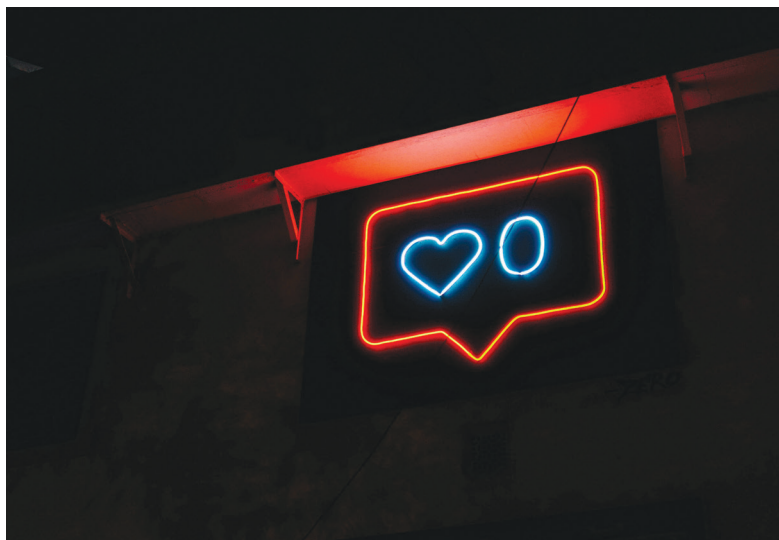


Giovanna Mapelli / Ana Pano Alamán (eds.)

Comunicación y persuasión en entornos digitales



PETER LANG

Giovanna Mapelli / Ana Pano Alamán (eds.)

Comunicación y persuasión en entornos digitales

La comunicación persuasiva pretende influir en la psique y la voluntad de los individuos para cambiar opiniones y acciones, valiéndose de argumentos y recursos lingüísticos y visuales. Hoy en día, los contenidos que circulan por los entornos digitales vehiculan e imponen opiniones, crean tendencia y orientan los comportamientos de la mayor parte de la ciudadanía, por ello, las estrategias y mecanismos persuasivos que se emplean en esos entornos merecen un estudio en profundidad para entender los efectos que se producen en los hablantes y cómo moldean el pensamiento del interlocutor. La retórica de este paradigma 2.0 resulta clave en los ámbitos político, turístico, publicitario e institucional, entre muchos otros.

Las editoras

Giovanna Mapelli es profesora titular de lengua española en la Università degli Studi di Milano. Su principal ámbito de investigación es el análisis del discurso aplicado a las lenguas de especialidad. Sus estudios se centran en la comunicación médica y turística en las redes sociales, la lingüística contrastiva y el lenguaje del fútbol.

Ana Pano Alamán es profesora titular de lengua y lingüística española en la Università di Bologna. Se ocupa del análisis lingüístico-pragmático del discurso digital y el análisis crítico de los discursos político y mediático. Autora de *Dialogar en la Red*, 2008; coautora de *El discurso político en Twitter*, 2013 y *La opinión pública en la Red*, 2020.

Comunicación y persuasión en entornos digitales

Giovanna Mapelli / Ana Pano Alamán (eds.)

Comunicación y persuasión en entornos digitales



PETER LANG

Berlin - Bruxelles - Chennai - Lausanne - New York - Oxford

Catalogación en publicación de la Biblioteca del Congreso

Para este libro ha sido solicitado un registro en el catálogo CIP de la Biblioteca del Congreso.

Información bibliográfica publicada por la Deutsche Nationalbibliothek

La Deutsche Nationalbibliothek recoge esta publicación en la Deutsche Nationalbibliografie; los datos bibliográficos detallados están disponibles en Internet en <http://dnb.d-nb.de>.

Cover Credit © Pexels.com

ISBN 978-3-631-90742-9 (Print)
E-ISBN 978-3-631-90743-6 (E-PDF)
E-ISBN 978-3-631-90744-3 (EPUB)
DOI 10.3726/b21114

© 2024 by Giovanna Mapelli / Ana Pano Alamán (eds.) and Álvaro Ferré Galvañ / Ana Mancera Rueda / Beatriz Gallardo-Paúls / Chiara Sinatra / María Teresa Martín Sánchez / Sara Piccioni / Sonia Madrid-Cánovas
Publicado por Peter Lang GmbH, Berlín, Alemania

info@peterlang.com - www.peterlang.com

PETER LANG
Open



Open Access: This work is licensed under a Creative Commons Attribution CC-BY 4.0 license. To view a copy of this license, visit <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Índice

<i>Giovanna Mapelli y Ana Pano Alamán</i> Introducción	7
<i>Sonia Madrid-Cánovas y Beatriz Gallardo-Paúls</i> El discurso referido en la comunicación gubernamental. El uso institucional de Twitter/X en España y Francia	19
<i>Ana Mancera Rueda</i> El humor verbal como estrategia persuasiva en redes sociales	39
<i>Sara Piccioni</i> Micronarrativas personales: recurso persuasivo en el discurso sobre el cambio climático de ONGs, instituciones y empresas	73
<i>Álvaro Ferré Galvañ y María Teresa Martín Sánchez</i> Estrategias de argumentación persuasiva en las campañas de vacunación	95
<i>Chiara Sinatra</i> Relaciones de (a)simetría en la interacción entre usuarios y lingüistas en Twitter/X: el caso de @RAEconsultas	113
<i>Ana Pano Alamán</i> Discursos <i>a la contra</i> : negación y persuasión en el discurso político en Twitter/X	129

Ana Pano Alamán

Discursos *a la contra*: negación y persuasión en el discurso político en Twitter/X

Resumen: En este capítulo se presentan los resultados de un análisis pragmalingüístico mixto de los mecanismos sintácticos de negación presentes en un corpus de mensajes publicados por cuatro líderes políticos españoles en Twitter/X. En concreto, se analiza la presencia y función del adverbio *no* y de otras marcas de la negación. Desde un enfoque polifónico, se explora el funcionamiento de la negación metalingüística en relación con las estrategias persuasivas que estos políticos adoptan en el microblog. Los resultados apuntan a un uso predominante de *no* seguido de verbos auxiliares y de *ni* en diversas series enumerativas por parte de los líderes de la oposición, especialmente, en los tuits del líder de VOX, caracterizados por una retórica negativa.

Palabras clave: discurso político, negación, persuasión, polifonía, Twitter/X

Abstract: This chapter presents the results of a mixed pragmalinguistic analysis of the syntactic negation mechanisms present in a corpus of messages published by four Spanish political leaders on Twitter/X. The analysis is focused on the presence and function of the adverb *no* and other marks of negation within the corpus. From a polyphonic approach, the function of metalinguistic negation is explored in relation to the persuasive strategies that these politicians adopt in the microblog. The results point to a predominant use of *not* followed by auxiliary verbs and *neither/nor* in several lists, by opposition leaders and, especially, within the tweets published by the leader of VOX, which are characterized by a negative rhetoric.

Keywords: political discourse, negation, persuasion, polyphony, Twitter/X

1. Introducción

Como se ha señalado en diversos estudios sobre la comunicación política, hoy en día se asiste a un aumento en los discursos de líderes y partidos de las llamadas “retóricas de la negación” (Villar 2021). El concepto hace referencia a un tipo de estrategias, frecuentes en el discurso de los partidos de extrema derecha en las redes sociales, en los que la negación, como posición enunciativa (Gallardo-Paúls 2020), establece una escuadra ideológica mediante la cual el *nosotros*, cargado de valores positivos, se opone sistemáticamente al *ellos*, grupo al que se carga de valores negativos. En este sentido, la negación en el discurso político

refuerza la confrontación, la polarización y el conflicto, y “aunque puede ser un discurso que toma la iniciativa e inaugura a veces sus propias líneas comunicativas [...] parece obtener su máximo desarrollo en su dimensión reactiva (reaccionaria), ‘a la contra’ de discursos ajenos” (Villar 2021: 15). En efecto, la negación es uno de los lugares privilegiados en los que la relación con otras voces se hace evidente (Ducrot 1984; García Negroni 2009, 2016, 2018), puesto que permite al hablante construir su figura enunciativa por medio de la descalificación del discurso de un *otro* antagonista que se hace patente a partir de la negación, así como de la afirmación de su propia posición como sujeto enunciante, a través de esa refutación. Las otras voces que se niegan pueden ser las del adversario político, pero también las de “un saber popular”, una *doxa* que se contrapone a la posición ideológica del sujeto (Maizels 2020: 967).

Parte de la investigación dedicada a los partidos de extrema derecha y populistas en distintos países aborda las “campañas negativas” que se caracterizan por los ataques lanzados contra el oponente político o contra un otro que se presenta como enemigo del *pueblo* al que se demoniza (Hidalgo-Tenorio *et al.* 2019; Villar 2021; Roitman 2007; Alcoceba-Hernando *et al.* 2023). Otros trabajos se han centrado en la negación en el discurso político desde un enfoque lingüístico que entiende el fenómeno de forma más restringida, como una declaración del tipo ‘X no es Y’ (Wilson 1997; Lau y Rovner 2009; Paskhalis y Müller 2017), en los que se demuestra que los partidos de oposición, especialmente los que se sitúan en la extrema derecha, son más propensos a utilizar mecanismos lingüísticos de negación en sus discursos.

El objetivo de este trabajo es contribuir al estudio de la negación como estrategia persuasiva en el discurso político en redes, adoptando un enfoque pragalingüístico. Para ello, se ha llevado a cabo un análisis mixto y comparado de la negación en español en los mensajes de cuatro líderes políticos españoles – Pedro Sánchez (PSOE), Alberto Núñez Feijóo (PP), Yolanda Díaz (SUMAR) y Santiago Abascal (VOX)– publicados en Twitter/X entre 2020 y 2022. Este periodo temporal coincide con las elecciones a la Junta de Andalucía del 19 de junio de 2022, con el periodo de crisis de la pandemia de COVID-19 y con la celebración de las Conferencias de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (COP26, COP27). En relación con estos dos últimos acontecimientos, cabe recordar que, a raíz de las medidas adoptadas en diversos países contra la pandemia y de las políticas pensadas para frenar el cambio climático, ha habido un auge de las posiciones negacionistas en la opinión pública y que estas han sido alimentadas a menudo por un discurso político que usa la negación como arma de persuasión e incluso de manipulación en las redes (Macías Couso 2022; Pano Alamán 2023).

2. Marco teórico

Debido a su complejidad y a sus múltiples manifestaciones y funciones en la lengua, la negación en el español cuenta con numerosas investigaciones. Generalmente, los estudios se han ocupado de los mecanismos sintácticos y semánticos de la negación a partir del estudio de los activadores de polaridad negativa (Bosque 1980; Hernández Paricio 1985; Camus 1992; Sanz 1996; Sánchez López 1999; NGLÉ 2009), así como de la negación en el discurso (Bustos Guadaño 1986; García Negróni 2009, 2016, 2018).

Desde un punto de vista sintáctico, las marcas de negación se han clasificado siguiendo un criterio distribucional que muestra la importancia de su posición en la estructura lingüística. El adverbio *no*, que es la forma principal de negación en español, suele anteponerse al segmento con el que está en relación, generalmente el núcleo verbal de una oración. Otros adverbios de polaridad negativa, como *nunca*, *jamás* o *tampoco*, expresan negación cuando se anteponen al verbo o cuando aparecen detrás de él en oraciones en las que aparece también *no* (Camus 1992). El adverbio se combina con pronombres y adjetivos indefinidos como *nadie*, *nada*, pronombres como *ninguno* y la forma adjetiva apocopada *ningún*. Asimismo, *no* puede aparecer en combinación con sintagmas introducidos por *ni* antepuestos al verbo. En el nivel morfológico, la negación suele expresarse, en cambio, a través de prefijos como *in-* o *des-*, que aparecen en palabras que se reconocen e interpretan como negativas incluso en oraciones sin el *no* (Sánchez López 1999: 2564).

La negación se considera un operador sintáctico que condiciona o suspende la referencia de otras unidades presentes en su ámbito de influencia. Como se señala en la *Nueva Gramática de la Lengua española*, “En las oraciones negativas se expresa la falsedad de los estados de cosas, la inexistencia de las acciones, los procesos o las propiedades de que se habla, generalmente en relación con las oraciones afirmativas correspondientes” (2009: 3631). De hecho, lo primero que se destaca en relación con este fenómeno es que las oraciones afirmativas se consideran no marcadas con respecto a las negativas; “mientras que para afirmar no es necesario recurrir de forma explícita a ninguna marca gramatical, para negar sí lo es” (González Rodríguez 2009: 10). Dado que para negar algo es necesario emplear una marca explícita, la expresión de la negación constituye una estrategia que obedece a una precisa intención comunicativa.

Desde un enfoque pragmático, cabe considerar la estrecha relación entre negación y presuposición. Y es que, al adoptar los mecanismos mencionados, el hablante pretende refutar el contenido proposicional relacionado con un discurso previo, de manera que la información rechazada se interpreta como

supuesta, verosímil o esperable (NGLE 2009: 3639). De ahí que la diferencia entre oraciones afirmativas y negativas sea el estatus presuposicional marcado de las negativas. Cuando el hablante niega algo supone que su interlocutor “tiene motivos para creer lo contrario, bien porque lo haya afirmado explícitamente con anterioridad, lo haya implicado de algún modo o pertenezca al universo pragmático del discurso” (Bustos Guadaño 1986: 98; cfr. Givón 1978). Por ello, mientras que las oraciones afirmativas transmiten una información supuestamente nueva y relevante para el oyente, las negativas se utilizan generalmente para corregir una creencia errónea, supuestamente asumida por él. Desde esta perspectiva se afirma que la negación tiene un carácter de cita encubierta, en la medida en que el enunciado negado puede ser algo dicho anteriormente en una conversación, una suposición sociocultural, una expectativa conocida de nuestro interlocutor o una creencia que puede producirse en él si no se rechaza previamente (Hernández Paricio 1985: 119).

Adoptando un marco polifónico del discurso (Ducrot 1984), García Negroni (2009, 2016) plantea el concepto de “negación metalingüística”. Este tipo de negación permite cuestionar y rechazar el marco discursivo impuesto por un discurso anterior para situarse en un marco diferente al rechazado. La negación metalingüística presenta dos variantes, una estrictamente metalingüística que se caracteriza “por descalificar el marco o espacio de discurso impuesto por una palabra anterior del interlocutor o del propio locutor”, situando el propio discurso en un espacio distinto del rechazado o descalificado; y la metadiscursiva, que no prevé la presencia del enunciado que refuta y que descalifica el discurso ajeno cancelando el marco de discurso que se evoca en él (García Negroni 2009: 62, 67). La negación metalingüística permite, pues, poner en duda y rechazar el marco de discurso que impone un discurso previo de manera que es posible situarse en un marco diferente. Además, el enunciado de rectificación con el que el locutor se identifica explicita un marco de discurso nuevo, contrario o distinto al precedente que se niega, que el locutor considera más adecuado para la representación de la situación de la que se trata (García Negroni 2016: 12). El destinatario del mensaje accede al nuevo marco discursivo, activando una serie de presuposiciones basadas en las creencias y premisas que se conectan con su experiencia, sus conocimientos o su visión del mundo. La negación supone por tanto la presencia de dos puntos de vista antagónicos que pueden ser atribuidos a distintos seres discursivos. En el ámbito de la comunicación política, es una estrategia que permite rastrear los puntos de vista que están en juego, por ejemplo, en los debates electorales, e identificar los argumentos, en ocasiones falaces, que emplean los candidatos (Roitman 2017: 14). A partir de una concepción de la política como espacio privilegiado de confrontación y como manifestación

de posiciones antagónicas, en el que el *discurso otro* suele rechazarse para instaurar un discurso alternativo, es posible afirmar que la negación juega en este tipo de discurso un papel fundamental. Se trata de un mecanismo persuasivo eficaz que permite que el sujeto afirme su posición en contraposición a interlocutores específicos tanto en el discurso de los jefes de gobierno (Maizels 2010; Pano Alamán 2011; Durán 2017) como en el discurso político en redes sociales (Mancera Rueda y Pano Alamán 2013; Gallardo-Paúls 2018, 2020). En este sentido, alimenta un tipo de comunicación persuasiva que juega con la dicotomía, en ocasiones maniquea, “nosotros vs. los otros” (Macías Couso 2023).

Por ejemplo, en los discursos políticos inaugurales estadounidenses, la negación se emplea frecuentemente para posicionarse contra un oponente antitético y definir la propia política futura. A conclusiones similares llegan Roitman (2017), en su estudio en torno a los debates presidenciales en Francia, y Maizels (2010) sobre la negación en el discurso presidencial de Cristina Fernández de Kirchner en Argentina. En estos casos, la refutación permite al sujeto político polemizar con quienes se identifican con el discurso negado y convertirse en fuente de un nuevo discurso que lo distancia de aquellos. Estas mismas funciones se han observado en el discurso político-electoral español en Twitter/X (Mancera Rueda y Pano Alamán 2013) y en otras redes, donde son frecuentes las marcas explícitas de discrepancia, dentro de un discurso seudopolítico (Gallardo-Paúls y Enguix 2016) en el que proliferan la confrontación y la polarización.

3. Metodología y corpus

En este trabajo se ha llevado a cabo un análisis mixto y comparado de los mecanismos lingüísticos de la negación presentes en los tuits de cuatro líderes políticos españoles publicados en Twitter/X entre 2020 y 2022. El análisis tiene como objetivos identificar los principales elementos sintácticos de negación empleados en los tuits; analizar sus funciones discursivas y explorar las diferencias entre los políticos en lo que respecta a su empleo. El estudio se apoya en los planteamientos recogidos en el epígrafe precedente, asumiendo que analizar negación “requiere tener en cuenta tanto las unidades que sirven para manifestarla como el constituyente que se ve afectado por ella” (González 2009: 28).

Adoptando una metodología híbrida de análisis del discurso político en Twitter/X, se ha empleado el programa *Sketch Engine* para extraer las ocurrencias de *no* y de otros elementos de negación en los tuits de cada perfil (*Wordlist*) y generar sus concordancias (*Concordance*). Asimismo, se ha empleado la función *Word Sketch* para identificar los patrones sintácticos de *no* y de otros elementos

de negación en el análisis cualitativo. El corpus contiene 3.600 tuits extraídos automáticamente por @nombredeusuario con el programa *Vicinitas* y el servicio *Historical Tweets*, que permite recopilar mensajes publicados en un periodo de tiempo establecido (2020-2022). Los perfiles seleccionados son: @sanchezcastejon, de Pedro Sánchez Castejón, líder del Partido Socialista (PSOE) y presidente del gobierno español durante ese periodo; @NunezFeijoo, de Alberto Núñez Feijóo, líder del Partido Popular (PP) desde abril de 2022 y expresidente de Galicia; @Yolanda_Diaz_, de Yolanda Díaz Pérez, líder de SUMAR, vicepresidenta y ministra de gobierno desde 2020; y @Santi_ABASCAL, de Santiago Abascal, líder de VOX.

La extracción automática proporcionó un total de 6.749 tuits publicados en el periodo 04-12-2020 y 31-07-2022, que fueron descargados en 4 hojas de Excel, una por cada perfil, excluyendo en el proceso los retuits y las respuestas. Con el fin de establecer una proporción para una comparación más fiable entre los cuatro políticos, seleccionamos los últimos 900 tuits publicados por cada uno, obteniendo un total de 3.600 tuits (125,974 *tokens*/ 109,270 palabras), concentrados en el periodo 2021-2022.

4. Resultados

De entrada, los datos relativos a la frecuencia de aparición en cada subcorpus indican que el adverbio *no* es el mecanismo de negación con mayor número de ocurrencias en todos los casos. Este dato no sorprende si se tiene en cuenta que en español es la forma principal para negar algo, bien el núcleo verbal de una oración bien un sintagma al que se antepone. Los datos apuntan que otro tipo de partículas, como la preposición *sin*, la conjunción *ni*, el adverbio *nunca* y los pronombres indefinidos *nadie* y *nada* se sitúan muy por debajo de *no* en todos los subcorpus, llegando en algunos casos a presentar solo 1 o 2 ocurrencias.

La Figura 1 indica la frecuencia absoluta de los principales mecanismos de negación identificados. Después de *no*, que presenta un total de 651 ocurrencias en el corpus general, destaca la presencia de *sin* (139), que aparece generalmente junto a un sustantivo o un sintagma. Le siguen *ni* (108), en estructuras negativas coordinadas, el adverbio temporal *nunca* (65), los pronombres *nadie* (44) y *nada* (27).

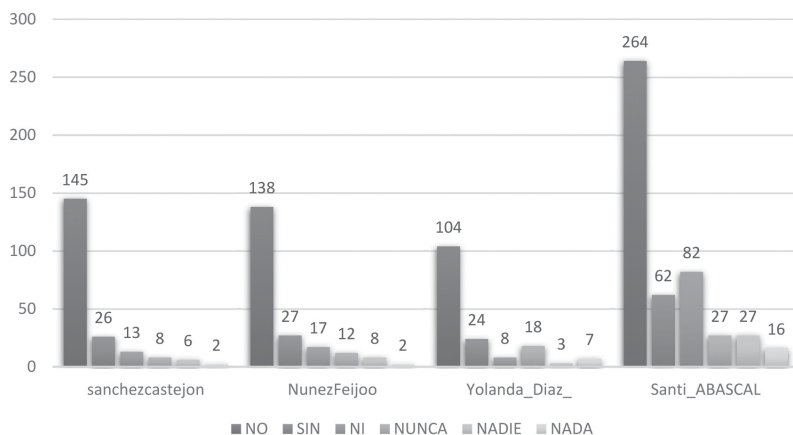


Fig. 1. Frecuencia absoluta (n. de ocurrencias) de los mecanismos sintácticos de negación

En términos de frecuencia, destaca la diferencia de empleo de estos mecanismos por parte de cada político. Como se observa en la Fig. 1, Abascal, líder de VOX, es quien recurre a la negación de forma más frecuente y diversificada, ya que emplea las seis partículas en más ocasiones. Véase la diferencia entre el número de ocurrencias de *no* (264) respecto a Sánchez (145), Núñez Feijóo (138) y Díaz (104), que se aleja de estos. Si se suman las ocurrencias de todos los mecanismos sintácticos de negación empleados por cada líder, destaca la neta distancia de Abascal, quien las utiliza en 478 ocasiones, más del doble respecto a Núñez Feijóo (204), Sánchez (200) y, de nuevo, más distanciada, Díaz (164).

Lo mismo puede decirse de *sin*, cuyo número de ocurrencias es similar en Sánchez (26), Núñez Feijóo (27) y Díaz (24), pero muy distinto en los tuits de Abascal, donde se emplea hasta en 62 ocasiones. La misma tendencia, pero con una diferencia aún más marcada, presenta la conjunción *ni*, con 82 ocurrencias en los tuits de Abascal, mientras se reduce drásticamente en los de Núñez Feijóo (17), Sánchez (13) y especialmente Díaz, con 8 ocurrencias. *Nunca* y *nadie* se emplean con la misma frecuencia en el subcorpus de mensajes del líder de VOX (27). Después de este, el adverbio tiene una mayor presencia en los tuits de Díaz (18) respecto a los tuits de Núñez Feijóo (12) y Sánchez, que lo emplea solo en 8 ocasiones. En cuanto a *nadie*, mucho menos presente en el corpus general, la situación se invierte, ya que el líder del PP lo utiliza en 8 ocasiones, Sánchez en 6 y solamente en 3 en el caso de Díaz. Por último, el pronombre *nada* tiene una

presencia esporádica (2 ocurrencias) en los tuits de Sánchez y Núñez Feijóo, mientras que presenta 7 ocurrencias en los de Díaz y hasta 16, más del doble, en los de Abascal.

Estos datos permiten afirmar que este es el político que más utiliza la negación en el periodo temporal considerado. Es interesante observar también la diversificación en el empleo de los mecanismos de negación respecto a los otros líderes, quienes privilegian el adverbio *no* frente a *ni*, *nadie* o *nada*. Este primer dato confirma que Abascal es quien más recurre a la negación para posicionarse enunciativamente (Gallardo Paúls 2020) dentro de una estrategia persuasiva de confrontación entre *nosotros* y *ellos* (Alcoceba-Hernando *et al.* 2023). Por otro lado, al contrario de lo que afirman Lau y Rovner (2009), quienes apuntan a una mayor presencia de la negación en los partidos de la oposición, solo un líder de la oposición, VOX, emplea frecuentemente la negación. De hecho, la frecuencia de uso de las partículas de negación por parte del líder del PP, primer partido de la oposición, es similar a la del PSOE, partido en el gobierno.

4.1. Análisis cualitativo

Este apartado se centra en las funciones de la negación en el discurso de los cuatro líderes. El análisis de las concordancias de los mecanismos de negación sintáctica más utilizados (Fig. 1) permite afirmar, de entrada, que la mayor parte de esos mecanismos refutan las proposiciones contenidas de forma más o menos explícita en los discursos del adversario político, presentes en otros tuits y mensajes en redes sociales o reproducidos en los medios de comunicación. La negación metalingüística, especialmente en el discurso político, permite poner en duda y rechazar el marco de discurso que impone un discurso previo. El enunciado de rectificación con el que el locutor se identifica explicita un marco de discurso nuevo, que puede ser contrario o bien diferente respecto al rechazado (García Negroni 2016: 12). Este es el caso en la mayor parte de los tuits del corpus que vehiculan este tipo de estrategia, aunque con diferencias respecto al tipo de discurso que se refuta, y que puede estar originado en un discurso anterior del adversario o en la manifestación de una *doxa* que se contrapone o que polemiza con la posición ideológica del sujeto hablante que niega (cfr. Maizels 2010).

Veamos, en primer lugar, los mensajes más frecuentes, en los que se emplea el adverbio *no*. Generalmente, en estos casos se trata de una negación oracional total, puesto que el adverbio suele afectar a toda la estructura del predicado. En otros casos, menos frecuentes, es parcial, en la medida en que el adverbio

niega un sintagma o una palabra. En (1), tuit del líder del PSOE y presidente del gobierno, se emplean los dos tipos:

- (1) @sanchezcastejon: El cambio de Gobierno puso el fin a una etapa de corrupción. Y además dio inicio a una nueva etapa en la forma de hacer política: nosotros *no imponemos*, acordamos. Lo hacemos porque gobernamos para la mayoría social que se siente representada en los acuerdos y *no en imposiciones* (29-01-2022).

En el primer enunciado “nosotros no imponemos, acordamos”, Sánchez niega que el gobierno que preside imponga determinadas medidas, como entienden los partidos de la oposición –aludiendo así a otras voces–, para sustituir ese marco (el de la imposición) por otro (el del acuerdo), en el que busca situar la acción del gobierno. La idea se repite con función persuasiva en el segundo enunciado referido a la mayoría social “representada en los acuerdos y no en las imposiciones”. La negación parcial, que afecta al sintagma “en las imposiciones”, rechaza de nuevo el marco en el que los partidos de oposición colocan al gobierno para subrayar lo contrario, que el gobierno representa a la mayoría gracias a los acuerdos.

Núñez Feijóo emplea en (2) los dos tipos de negación oracional, pero en este caso, con una diferencia relevante.

- (2) @NunezFeijoo: *No dejar a nadie atrás* es un gran lema, pero hoy nuestro país es más pobre y hay más desigualdad que hace cuatro años. El enemigo del Gobierno *debe ser la pobreza y no la riqueza*. Proponemos medidas contra la exclusión social (21-07-2022).

En primer lugar, cita el lema que emplea el PSOE (“no dejar a nadie atrás”) desde el inicio de la pandemia –pero que remite también a la Agenda 2030 de las Naciones Unidas–, para admitir, quizá de forma irónica, que es “un gran lema”. Se trata de una negación en la que se combinan *nadie* y *no* para reforzar el marco de la inclusión sobre el que insiste el gobierno en otros tuits. En segundo lugar, emplea el adverbio ante la palabra “riqueza”. Núñez Feijóo establece así dos marcos discursivos opuestos: “pobreza vs. riqueza”, que se asocian a *ellos* y a *nosotros*, respectivamente. Retoma así un supuesto compartido con sus seguidores y votantes según el cual para el gobierno es necesario combatir la riqueza, especialmente, por medio de impuestos. Rechaza que ese sea el enemigo, poniéndose en contraposición al gobierno, señalando así que el enemigo “debe ser” la pobreza. Mediante esta estrategia intenta apropiarse del marco discursivo del adversario.

En el caso de Díaz, predomina la negación que afecta al predicado oracional, como se observa en (3) y (4). La estrategia parece anticipar las objeciones que podrían plantearse a las medidas del gobierno del que forma parte a modo de

defensa ante posibles críticas. Se retoman también implícitamente esas otras voces que afirman lo que ella niega: que, contrariamente a lo que algunos – partidos en la oposición, opinión pública – pueden pensar, las decisiones del gobierno sobre la guerra de Ucrania “no son fáciles”, que la reforma laboral “no modifica la jornada” y que respetar el derecho al descanso “no es un capricho”:

- (3) @Yolanda_Diaz_: *No son decisiones fáciles*, pero el Gobierno está actuando con determinación para defender la paz tras este injusto ataque. Una vez lo consigamos, seguiremos apostando por la autonomía estratégica y energética europea, aprovechando la unidad de Europa mostrada estos días (01-03-2022).
- (4) @Yolanda_Diaz_: La reforma laboral *no ha modificado la jornada* ya regulada hace décadas en el Estatuto de los Trabajadores. Respetar el derecho al descanso *no es un capricho*: es una obligación de gran importancia en la prevención de riesgos laborales y en la garantía de la salud en el trabajo (04-04-2022).

Como se ha visto, Abascal es el líder que más emplea en sus mensajes el adverbio *no* y otros mecanismos de negación. En sus tuits destaca, además, la combinación de *no* con otras partículas, como *ni*, *sin*, *nadie*, *nunca*, en estructuras oracionales más complejas, en las que aparecen series enumerativas, muy frecuentes en el subcorpus de tuits de Abascal. En los mensajes analizados es habitual encontrar diversos casos de negación coordinada copulativa. Como se observa en (5) y (6), la fórmula de este tipo de enunciados es *No A ni B*, conjunción que tiene diversos valores:

- (5) @Santi_ABASCAL: *No les importa el desempleo, ni el precio de la luz, ni la inseguridad, ni la falta de industria, ni las dificultades de los jóvenes para tener una vivienda o formar una familia. No les importa mejorar la vida de la gente*, solo que VOX llegue a gobernar y pueda cambiarlo todo (13-06-2022).
- (6) @Santi_ABASCAL: En segundo lugar, la inmigración ilegal también representa un problema para la convivencia. Que nos perdonen, pero el modelo que queremos *no es ni el de Molenbeek, ni el de Amsterdam ni el de los 100 barrios franceses* donde impera la sharia (19-11-2021).

En (5), tiene un valor aditivo que permite al líder de VOX indicar qué es lo que *no* les importa a *ellos* (mención indirecta al gobierno o a los partidos que gobiernan) frente a lo que sí les importa: que su partido llegue a gobernar. La negación le permite reforzar el marco según el cual al gobierno no le importan los problemas de la ciudadanía y plantear un marco diferente, que no excluye el anterior, sobre su única preocupación. Establece así, implícitamente, una oposición entre el gobierno, asignándole un marco de discurso negativo, y VOX, que

parece asociarse al marco positivo que lo presenta como el único partido al que sí le importa mejorar la vida de “la gente”.

Esta estrategia es también intensificadora en la medida en que se apoya en la serie enumerativa; en (6) se indica cuál es el modelo de sociedad que su partido, y el colectivo que incluye en un *nosotros* implícito, *no quiere* –nótese la *captatio benevolentiae* “que nos perdonen”– y que, de nuevo establece, por medio de una inversión, un nuevo marco de discurso contrario al suyo que *sí quiere*, y que se asocia implícitamente en la mente de quienes comparten su ideología a los partidos que a través de sus políticas de inmigración parecen querer el modelo que rechaza. Cabe recordar que, en el discurso político, la repetición de palabras y la coordinación en forma de lista o serie de dos o más elementos en la oración es una estrategia eficaz para influir en el destinatario. En los tuits de Abascal, esta es una fórmula habitual, propia de un discurso populista que apela de forma constante a la gente o al pueblo, víctima de distintos tipos de amenaza, que ataca discursivamente a quien gobierna y supuestamente no actúa y a otros grupos sociales culpables de esa amenaza (Pano Alamán 2023). Como han demostrado también Alcoceba-Hernando *et al.* (2023), las estrategias discursivas empleadas por Abascal en sus intervenciones parlamentarias se centran en la deslegitimación del Gobierno y sus políticas, mediante el rechazo y la deformación de su discurso.

El empleo de la función *Word Sketch* nos ha permitido identificar de manera más detallada los patrones sintácticos de *no*. Los resultados confirman que el adverbio se combina de forma frecuente con verbos modales, impersonales o copulativos en todos los casos. En los cuatro subcorpus predomina la estructura NO PODER, seguida de NO SER y, en los tuits de Sánchez, Díaz y Abascal, de NO HABER. En los mensajes de Núñez Feijóo, destaca en cambio NO IR, dentro de la perífrasis verbal aspectual “No vamos a + infinitivo”. Estas fórmulas se emplean generalmente para destacar las propias políticas y valores en oposición a las de otros partidos.

Por ejemplo, en (7) Sánchez rechaza la posibilidad de que Europa se someta al “chantaje energético” de Rusia tras el inicio de la guerra, haciendo referencia a las voces que parecen afirmar tal cosa, con el objeto de presentar un plan de acción europeo contra ese riesgo. De este modo establece un marco diferente mediante el cual busca asegurar al destinatario que se está dando respuesta a ese riesgo. En (8), el líder del PP declara, en un mensaje de carácter electoralista, que el país “no puede esperar más” a que el gobierno encuentre soluciones, refutando la idea de que pueda esperar aún. Instaura un marco discursivo basado en la necesidad de reducir el tiempo de espera para cambiar el gobierno, planteando un programa (estamos #preparados) alternativo:

- (7) @sanchezcastejon: Ya en París con @EmmanuelMacron para abordar el impacto de la guerra en Ucrania. *Europa no puede ser sometida a un chantaje energético*. Hay que actuar ya: avanzando en las interconexiones y frenando el alza de precios de la electricidad que está poniendo en riesgo a las familias (21-03-2022).
- (8) @NunezFeijoo: España *no puede esperar más*. Un Gobierno responsable debe invertir menos tiempo en buscar culpables y más en encontrar soluciones. Tienen competencias para hacerlo y otros países ya lo están haciendo. Con Navarra, estamos #Preparados para ofrecerle un pacto a los españoles (25-03-2022).

Véase también como Díaz emplea en (9) dos estructuras oracionales contiguas en las que se combinan *no* y *tampoco*, una fórmula que le permite negar algo tras haber negado otra cosa:

- (9) @Yolanda_Diaz_: *No se puede consentir* que una minoría esté aprovechando la crisis para aumentar sus beneficios a cuenta de la mayoría. *Tampoco es de recibo* que el enorme esfuerzo público del gobierno para proteger a la gente acabe enriqueciendo a unos pocos (30-06-2022).

En el primer enunciado, expresado de forma impersonal, aunque remita a la hablante y a su grupo, no se tolera (“no se puede consentir”) que una minoría aproveche la crisis para aumentar sus propios beneficios, admitiendo que esto sucede en referencia a ciertas categorías sociales. Por otro lado, denuncia (“tampoco es de recibo”) que las medidas del gobierno acaben “enriqueciendo” a esa minoría. En este caso, rechaza una creencia compartida con sus seguidores que se deriva del enunciado negado para reforzar el marco contrario con intención persuasiva: sí se puede consentir que una mayoría aumente sus beneficios y aceptar que el esfuerzo público proteja a la gente y *no* a unos pocos. En mensajes similares a este, que elabora también Sánchez (7), la negación permite al sujeto político polemizar con quienes se identifican con el discurso negado y convertirse al mismo tiempo, como apunta Maizels (2010: 970), “en fuente expresiva de un deber que transmite a sus interlocutores”.

En (10), Abascal utiliza la misma estructura modal “no pueden”, aunque aquí sí hay un sujeto explícito (“las élites de Bruselas”), para acusar a la UE o a sus grupos de presión de dar la espalda a “su pueblo” adoptando ciertas políticas multiculturales en el campo de la inmigración. Poniéndose discursivamente al lado de “la mayoría de europeos”, polemiza con la UE para plantear una solución que se formula como un deber, siguiendo a Polonia:

- (10) @Santi_ABASCAL: Este es el único camino posible. El que desea una amplia mayoría de europeos. Las élites de Bruselas *no pueden seguir dando la espalda* a su pueblo y promoviendo el multiculturalismo. Sigamos el ejemplo de Polonia. *Sin soberanía y sin fronteras seguras no habrá libertad* (27-10-2021).

El resultado de no adoptar esa solución, de *no salvar* la soberanía y las fronteras –palabras precedidas de *sin*– será, de acuerdo con la retórica negativa de la amenaza o la destrucción propia de este y otros partidos de derecha radical, la ausencia (“no habrá”) de libertad, un concepto que se manipula a menudo en sus mensajes (Pano Alamán 2022).

Son, pues, muy habituales en el corpus, los casos en que el adverbio *no* se antepone al verbo en enunciados asertivos para declarar, por ejemplo, la necesidad de *no perder tiempo* ante la crisis climática (11) o para señalar que la paz y el desarrollo solo pueden darse si hay seguridad y estabilidad, adoptando la fórmula en negativo con *no* y *sin*, que refuerza lo dicho (12).

- (11) @Yolanda_Diaz_: Nuestro país necesita una planificación ambiciosa para avanzar en una transición energética justa que ataje la crisis climática y proteja a las personas trabajadoras. Hoy he escuchado a expertos y expertas sobre empleo verde y democracia energética. *No hay tiempo que perder* (18-05-2022).
- (12) @sanchezcastejon: *No hay paz sin desarrollo ni desarrollo sin seguridad y estabilidad* El #EUAUSummit es una oportunidad para impulsar una asociación reforzada UE-África para la cooperación ante retos como el terrorismo y promoviendo el papel clave de mujeres y jóvenes en la construcción de la paz (17-02-2022).

La combinación frecuente NO SER aparece en enunciados asertivos por medio de los cuales el sujeto político ataca al adversario, negando rotundamente (13) o bien poniendo en duda (14) su capacidad para “liderar” el país ante una crisis o ante los problemas de gobierno, o planteando, en el caso de Núñez Feijóo, la propuesta de cambio que España está esperando (“tiene hambre de cambio”), dentro del marco que fomenta:

- (13) @Santi_ABASCAL: *Sánchez no está capacitado para liderar* España en esta crisis. Los aliados de Putin se encuentran dentro del gobierno de Sánchez, amparados por el Grupo de Puebla y sus intereses criminales. Por culpa de Sánchez, el gobierno de España está a la vez con la OTAN y con Putin (25-02-2022).
- (14) @NunezFeijoo: Me preocupa lo que estamos viviendo en España. El Gobierno solo se pone de acuerdo para insultar al PP. *Si Sánchez no es capaz de liderar* a 22 ministros, nunca podrá liderar un país. España tienen hambre de cambio y ese #Cambio también llegará a Pontevedra con @RafaDominguezPo (07-05-2022).

La estrategia es similar en (15), mensaje en el que el líder del PP reitera “lo que no vamos a dejar de ejercer/a ser” en referencia a un marco de discurso previo (“lo que quieren otros partidos”), para afirmar, mediante una adversativa total (*no+sino*) que serán lo contrario, es decir, el gobierno que supuestamente quieren los españoles:

- (15) @NunezFeijoo: *No vamos a dejar de ejercer* la oposición que nos corresponde ejercer. *No vamos a ser* el PP que quieren los otros partidos, sino el Gobierno por el que está esperando y quieren los españoles (02-04-2022).

La contraposición entre dos voces es más evidente en (16) y (17), donde se emplea la fórmula “no es” y “no son”, respectivamente, para rechazar el marco de discurso del otro y establecer otro marco contrario al rechazado, más adecuado a la propuesta ideológica de cada sujeto político.

- (16) @sanchezcastejon: *La política no es* hacerse fotos con animales o hablar en un secadero de jamones; la verdadera política es subir el SMI, revalorizar las pensiones, aprobar un IMV o la ley de FP. La política es algo muy serio, es lo que hace el @PSOE y *no a lo que se dedica* el PP. #VotaPSOE (11-02-2022).
- (17) @Santi_ABASCAL: *No son musulmanes contra la islamofobia*, son el caballo de Troya del yihadismo en España. *No podemos combatir* el fundamentalismo islámico *sin denunciar* a quienes blanquean y justifican la barbarie talibán impunemente desde nuestra Patria (23-08-2021).

Sánchez describe con ironía dos modos de hacer política que rechaza categóricamente (“la política no es”), invitando al destinatario a asociar esa manera de hacer política a otros partidos y líderes antagonistas. Plantea un nuevo marco de discurso opuesto al anterior, relacionado con la “verdadera política” que sí hace su partido y que no es aquello “a lo que se dedica el PP”. Aclara de este modo a qué partido se refiere en el enunciado en que aparece la negación. En (17), Abascal niega que la plataforma Musulmanes contra la Islamofobia sea lo que declara su nombre en relación con algunas noticias en la prensa que destacaban las reacciones de esta entidad ante el regreso del régimen talibán en Afganistán. La inversión se produce al afirmar que, al contrario, esa plataforma es “el caballo de Troya” de la yihad en España, premisa que le permite poner como condición necesaria (“no podemos + sin”) para combatir el fundamentalismo, la denuncia del supuesto blanqueamiento de ese régimen.

En los cuatro subcorpus se emplean otras partículas de negación con distintos valores discursivos. Frecuentemente aparecen en estructuras coordinadas negativas, como en un tuit de Sánchez (18) donde emplea *ni* antepuesto a los sintagmas “una pandemia”, “un volcán” y “una guerra”; o en uno de Díaz (19) en el que *sin* inaugura una enumeración donde los sustantivos a los que se antepone (miedo, prejuicios, odio) remiten a un discurso otro que discrimina y que la líder de SUMAR sustituye por un marco discursivo que plantea una sociedad “con plenos derechos” y “en igualdad”:

- (18) @sanchezcastejon: Hace 4 años llegamos al Gobierno con las mismas ganas e ilusión de hoy. *No esperábamos una pandemia ni un volcán ni una guerra.* Superamos la pandemia, el volcán y superaremos la guerra. Y lo hemos hecho impulsando empleos y pensiones dignas y limpiando la política de corrupción (28-05-2022).
- (19) @Yolanda_Diaz_: *Sin miedo, sin prejuicios, sin odio, sin discriminación,* con plenos derechos y en plena igualdad. Hoy celebramos el #OrgulloLGTBI, una reivindicación cotidiana por una sociedad más inclusiva y libre. Avancemos con todo el orgullo 🏳️🌈🏳️🌈 (09-07-2022).

Núñez Feijóo combina ambas partículas en (20) con el fin de deslegitimar la acción de un gobierno que se apoya en la falta de consenso (“sin buscar el consenso”) y que *no* adopta medidas contra el gasto *ni* baja los impuestos como parece prometer. En este caso se rechaza la opción política del adversario señalando sus faltas e invitando al lector del tuit a activar un marco contrario implícito que lo sustituye, una opción, la del partido que este político representa, que supuestamente sí hace lo que el gobierno *no* hace:

- (20) @NunezFeijoo: El Gobierno ha actuado tarde, *sin hablar con nadie y sin buscar el consenso. Ni una sola medida* para contener el gasto burocrático y político. *Ni rastro* de la bajada de impuestos comprometida en La Palma. Es un plan que ha quedado anulado una vez conocida la inflación de España (31-03-2022).

Abascal utiliza estas partículas con mayor frecuencia y de forma más diversificada en estructuras coordinadas en las que predomina la intensificación. En (21), por ejemplo, denuncia la falta de una serie de cosas que producen bienestar, como la luz, la calefacción, viajar y “la libertad de movimiento”, que en este caso remite más bien a poder desplazarse en coche o en avión. De nuevo, el marco discursivo que privilegia es el del riesgo a perder esos beneficios dispares y el de volver al pasado, a la miseria y al frío. Un riesgo al que los españoles se exponen debido a las “ideas progres” de Sánchez y a las medidas que adopta contra el cambio climático. Ante este marco, propone uno contrario, que elabora por medio de palabras connotadas positivamente como “esperanza” y “bienestar”.

- (21) @Santi_ABASCAL: Sánchez nos trae ideas progres del siglo XXI para que vivamos como en el siglo XIX: *sin luz, sin calefacción, sin viajar, sin poder consumir, sin libertad de movimiento.* Su fanatismo climático solo trae miseria y frío. Devolveremos la esperanza y el bienestar a los españoles (16-12-2021).
- (22) @Santi_ABASCAL: *Si no hubiera un drama* detrás, las flagrantes mentiras de los progres moverían a la carcajada. *Pero no: nunca han sufrido* tanta presión fiscal las familias, *nunca ha habido* tanto gasto político, *nunca ha habido* tanta ruina, *nunca lo han pasado tan mal* los más vulnerables (02-06-2022).

En (22), emplea el adverbio *nunca* dentro de una nueva serie enumerativa para destacar, en un marco discursivo negativo, el carácter sin precedentes de la situación en la que se encuentran “los más vulnerables”. Utilizando una fórmula muy similar a la anterior, rechaza las “mentiras de los progres” destacando los “problemas” muy distintos –nótese la diferencia entre presión fiscal y gasto público, por un lado, y ruina, por otro–, que requieren una solución urgente según el marco discursivo implícito al que pretende que se adhieran sus seguidores en el microblog.

5. Conclusiones

El análisis llevado a cabo en este trabajo sobre la negación en el discurso político español en Twitter/X corrobora en parte los resultados de estudios precedentes sobre la negación como estrategia persuasiva más propia de líderes y partidos que están en la oposición y, especialmente, de aquellos que se sitúan en la extrema derecha del espectro político.

El elemento sintáctico de negación más frecuente en los tuits analizados es *no*, que afecta en la mayor parte de los casos al verbo de la oración y, en menor medida, a los sintagmas o palabras a los que se antepone el adverbio. Otros elementos sintácticos de negación en el corpus general, aunque con menor o escasa frecuencia en los tuits de Sánchez, Núñez Feijóo y Díaz, son *sin*, *ni*, *nunca* y *nadie*. En los de Abascal, destaca, en cambio, la presencia de *ni* y *sin*, que afectan a numerosos sintagmas y palabras dentro de series enumerativas que le permiten elaborar, a través de la intensificación, un marco discursivo extremadamente negativo. Asimismo, emplea estos mecanismos de forma más diversificada para elaborar un discurso en el que la negación tiene distintas funciones.

Desde el marco polifónico adoptado en este estudio, se ha podido comprobar que todos los políticos recurren a la negación metalingüística, cuya función principal en estos mensajes es rechazar el discurso previo del adversario político, ya esté en el gobierno –la mayor parte de las veces–, ya esté en la oposición. Ese discurso previo puede aparecer más o menos reelaborado en el enunciado que contiene *no* o las partículas de negación mencionadas, sin embargo, en los tuits analizados, predomina la negación metadiscursiva (García Negróni 2009, 2018) que no prevé la presencia del enunciado que se niega sino más bien marcos de discurso ajeno, otros puntos de vista, que se contraponen a la posición ideológica del sujeto hablante. En los mensajes del corpus, el enunciado de rectificación con el que el locutor se identifica hace explícito un marco de discurso contrario o distinto al precedente que se niega, un marco de discurso acorde

con la propuesta política o con la ideología del locutor, con el que se pretende persuadir al destinatario. Es en este plano donde más diferencias se observan entre los subcorpus analizados.

Quienes gobiernan –Sánchez (PSOE) y Díaz (SUMAR)– emplean la negación para rechazar posibles críticas a sus medidas contra la crisis económica y energética y para elaborar marcos de discurso diferentes a los de los partidos que están en la oposición, donde se busca reivindicar ante los propios seguidores en Twitter/X qué políticas pueden y deben hacerse. Núñez Feijóo (PP) y Abascal (VOX) rechazan y descalifican los discursos y los marcos asociados al gobierno o a Sánchez reiterando una misma idea, la de la necesidad o incluso la urgencia de resolver los problemas del país, cambiando el gobierno actual, al que se acusa de haberlos causado. En los mensajes de Abascal, esta idea se intensifica siguiendo una estrategia caracterizadora de los discursos polarizados y populistas en los que se impone la confrontación y la presentación del adversario como “incapaz”, término de polaridad negativa empleado en ocasiones por Núñez Feijóo, o como “ilegítimo”, cuando el gobierno actual se presenta como enemigo del pueblo. A través de este tipo de descalificación y del rechazo repetido hacia lo que dice o hace el gobierno y su presidente, Abascal reitera su oposición al marco discursivo catastrófico con el que asocia al adversario. Dentro de un escenario en el que se resignifican palabras como “libertad”, se auto-proclama depositario de diversos principios amenazados y se presenta como el único capaz de defenderlos. La negación no solo le permite reelaborar en términos negativos el discurso de Sánchez y, a veces, el de Núñez Feijóo, sino que le sirve también para atacar un tipo de saber que debe ser erradicado, que se construye, como apuntan Alcoceba-Hernando *et al.* (2023), como *otro negativo*.

Referencias

- Alcoceba-Hernando, J.A., Homont, L.P.P. y Hernández-Fernández, C. (2023). “Análisis del discurso parlamentario de VOX en la XIV Legislatura: crispación, polarización y nacionalpopulismo”, *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 29, 1, 1-14.
- Bosque, J. I. (1980). *Sobre la negación*. Madrid, Cátedra.
- Bustos Guadaño, E. (1986). *Pragmática del español: Negación, cuantificación y modo*. Madrid, UNED.
- Camus, B. (1992). “Negación doble y negación simple en el español moderno”, *Revista de Filología Románica*, 9, 63-101.
- Ducrot, O. (1984). *Le dire et le dit*. Paris, Minuit.

- Durán, J. M. (2017). “Patrones de negación en el discurso político inaugural de los presidentes estadounidenses”, *RASAL Lingüística*, 1, 95-116.
- Gallardo Paúls, B. (2020). “La negación como posición enunciativa: el discurso de la derecha radical española en el contexto de redes sociales”, en O. Barbera (ed.), *La derecha radical en el Sur de Europa*, Valencia, Bromera/Fundació Nexa.
- Gallardo Paúls, B. (2018). *Tiempos de hipérbole. Inestabilidad e interferencias en el discurso político*. València, Tirant Lo Blanch.
- Gallardo Paúls, B. y Enguix Oliver, S. (2016). *Pseudopolítica. El discurso político en las redes sociales*. Valencia, Universitat de València.
- García Negroni, M. M. (2009). “Negación y descalificación. A propósito de la negación metalingüística”, *Ciències e Letras*, 45, 61-82.
- García Negroni, M. M. (2016). “Polifonía, evidencialidad y descalificación del discurso ajeno. Acerca del significado evidencial de la negación metadiscursiva y de los marcadores de descalificación”, *Letras de Hoje*, 51, 1, 7-16.
- García Negroni, M. M. (2018). “Argumentación y puntos de vista evidenciales citativos acerca de la negación metadiscursiva en el discurso político”, *Ora-lia. Análisis del discurso oral*, 21, 223-242.
- González Rodríguez, R. (2009). *La expresión de la afirmación y la negación*. Madrid, Arco/Libros.
- Givón, T. (1978). “Negation in Language: Pragmatics, Function, Ontology”, en P. Cole (ed.), *Pragmatics*, New York, Academic Press, 69-112.
- Hernández Paricio, F. (1985). *Aspectos de la negación*. León, Universidad de León.
- Hidalgo-Tenorio, E., Benítez Castro, M. Á. y De Cesare, F. (eds.) (2019). *Populist Discourse. Critical Approaches to Contemporary Politics*. London/New York, Routledge.
- Lau, R. R. y Rovner, I. B. (2009). “Negative Campaigning”, *Annual Review of Political Science* 12, 285-306.
- Macías Couso, A. (2023). “Técnicas de manipulación en la propaganda negacionista durante la Covid-19”, *Verba Hispanica*, 30, 1, 101-121.
- Maizels, A. (2010). “Negación, ‘otras voces’ y *ethos*. Un análisis de los discursos de campaña política de Cristina Fernández de Kirchner”, *RILL*, 17, 1/2, 1-11.
- Mancera Rueda, A. y Pano Alamán, A. (2013). *El discurso político en Twitter*. Barcelona, Anthropos.
- Pano Alamán, A. (2011). “La negación en el discurso político-económico de J. L. Rodríguez Zapatero”, *Revista General de Derecho Público comparado*, 8, 1-33.

- Pano Alamán, A. (2022). “La ‘libertad’ en el discurso político español en Twitter”, *Verba Hispanica*, 30, 1, 149-171.
- Pano Alamán, A. (2023). “Series enumerativas y populismo en el discurso político español en Twitter”, M. Roitman, M. Bernal, Ch. Premat, F. Sullet-Nylander (eds.), *The New Challenges of Populist Discourses in Romance Speaking Countries*. Stockholm, Stockholm University Press, 283-301.
- Paskhalis, T. y Müller, Ch. (2017). “The Role of Negation in Political Text: British and German Electoral Campaigns”, *AQTAC 2017*, https://www.jackblumenau.com/aqtac_2017/paskhalis_mueller.pdf
- Real Academia Española (2009). “La negación”. *Nueva gramática de la lengua española*. Madrid, Espasa, 3631-3713.
- Roitman, M. (2017). “Negation and straw man fallacy in French election debates 1974–2012”, en M. Roitman (ed.), *The Pragmatics of Negation*. Amsterdam, John Benjamins, 209-244.
- Roitman, M. (ed.) (2017). *The Pragmatics of Negation*. Amsterdam, John Benjamins.
- Sánchez López, C. (1999). “La negación”, en I. Bosque y V. Demonte (coords.), *Gramática descriptiva de la lengua española*. Madrid, Espasa Calpe, vol. 2, 2561-2634.
- Sanz, B. (1996). *La negación en español*. Salamanca, Ediciones Colegio de España.
- Villar, P. (2021). “Retóricas populistas y derecha radical: las retóricas negativas”, en L. Sini (ed.), *Retóricas negativas: la desinformación de derecha radical y su cobertura mediática*. Valencia, Tirant, 11-20.
- Wilson, J. (1997). “Metalinguistic negation and textual aspects of political discourse”, *Belgian Journal of Linguistics*, 11, 1, 69-88.

