«Illuminazioni» (ISSN: 2037-609X), n. 49, luglio-settembre 2019

Sara Bani

LENGUAJE INSTITUCIONAL Y MUESTRAS DE ORALIDAD EN @POLICIA

ABSTRACT. La cuenta de la policía española (@policia), ganadora de numerosos premios y seguida por más de tres millones de personas, constituye uno de los casos de mayor éxito de una institución en Twitter a nivel internacional. Este trabajo, que se enmarca en el ámbito de la pragmática y del discurso mediado por ordenador, toma en consideración un corpus de tuits de la policía española (@policia) para estudiar, a través de un análisis cuantitativo y cualitativo, el papel desempeñado por la variación lingüística en el éxito de la cuenta y los rasgos oralizadores del lenguaje institucional en la red social.

Palabras clave: Twitter, lenguaje institucional, @policia, oralidad

ABSTRACT. Spanish police run a Twitter account (@policia) which is by far one of the most popular institutional accounts on the social network. The account @policia won many prizes and it is currently followed by more than 3 millions people. The aim of this study is analysing, on a qualitative and quantitative basis and referring to pragmatics and computer mediated discourse analysis, a corpus of tweets

by @policia to see how linguistic variation and conversational language is deployed in order to connect with final users.

Key words: Twitter, institutional language, @policia, orality

1. Introducción

El lenguaje institucional se ha caracterizado tradicionalmente por su unidireccionalidad y formalidad (Castellón Alcalá 2000): hasta hace relativamente poco, los ciudadanos se limitaban a recibir información por parte de las instituciones, y su única posibilidad de interactuar con ellas era a través de los canales y de las modalidades establecidos por las mismas. Con la llegada de las redes sociales, sin embargo, el paradigma comunicativo de las instituciones ha cambiado. Las redes sociales han acortado la distancia comunicativa que tradicionalmente las separaba de los ciudadanos de a pie, revolucionando la forma de relacionarse e interactuar y estableciendo un contacto más directo e inmediato entre los interlocutores.

Interpeladas por los desafíos planteados por el nuevo paradigma comunicativo de las redes sociales, las instituciones tienen ante sí dos caminos: pueden mantener un planteamiento monológico tradicional, volcando en los nuevos canales la misma información del pasado, o pueden intentar adaptar sus mensajes al nuevo entorno,

apostando por una comunicación bidireccional e informal, utilizando un lenguaje más cercano a los usuarios que responda a la inmediatez de los intercambios virtuales (Yus Ramos 2010, Crystal 2001).

Para analizar la comunicación y el lenguaje institucionales en el nuevo entorno virtual, la primera pregunta que hay que plantearse es qué finalidad persiguen las instituciones con su presencia en las redes sociales. Lux Wigand (2010) identifica cuatro objetivos que una institución pública puede perseguir con el uso de las redes sociales: ampliar el alcance de su comunicación; actualizar, transmitir y compartir la información a través de las redes; entablar relaciones; colaborar con otras instituciones. Sin embargo, las ventajas y los objetivos del uso de las redes sociales por parte de las instituciones no están tan claras como en el caso de las personalidades políticas o de las celebridades (Guijarro et al. 2018). De ahí cierta incertidumbre, en el ámbito de las instituciones públicas, sobre la mejor manera de utilizarlas, y la gran diversidad de usos que todavía hoy caracteriza la presencia social de las instituciones, incluso en el seno de un mismo país o entre instituciones afines. Aun cuando los tentativos de desglosar los objetivos de la comunicación institucional en las redes sociales diverjan, lo que está claro es que las instituciones públicas han de proyectar en todos los canales comunicativos una identidad clara, en correspondencia con los valores, las creencias y las ideas con los que quieren ser identificadas.

Asimismo, cabe preguntarse cómo se mide el éxito comunicativo de una institución en las redes sociales. Si medimos la popularidad de una institución en premios y reconocimientos o en términos numéricos, es decir, considerando el número de personas que la institución alcanza con sus mensajes, en el ámbito de la lengua española uno de los casos más sonados de éxito es la cuenta Twitter de la policía española (@policia), que en el momento de nuestro análisis contaba con 3.195.675 seguidores, un número muy superior incluso a los de la agencia de seguridad estadounidense del FBI (que cuenta con alrededor de 2,5 millones de seguidores).

Como indican Mancera Rueda y Pano Alamán (2013: 28), el éxito de @policia se debe, entre otras cosas, al reconocimiento de la variación lingüística. El presente estudio, que se enmarca en el ámbito de la pragmática y del análisis del discurso y, más concretamente, del discurso mediado por ordenador, toma en consideración un corpus de tuits de la policía española (@policia) para estudiar, a través de un análisis cuantitativo y cualitativo, los rasgos oralizadores del lenguaje institucional en la red social. El corpus de estudio está formado por 3.200 tuits que fueron descargados en formato Excel el 16 de marzo de 2019 a través de la aplicación Twitonomy. Todo el material ha sido analizado a través de la aplicación AntConc.

Nos ha parecido interesante no solo verificar cuáles son los rasgos oralizadores presentes en los mensajes de @policia, sino también comentar qué rasgos coloquiales recogidos en la literatura están ausentes en sus mensajes. Consideramos que la

elección de unos rasgos en detrimento de otros nos ofrece una pista interesante sobre la política lingüística de @policia. Por ello, hemos cotejado los rasgos de oralidad presentes en el corpus con los que se describen en dos obras que tomaremos como punto de referencia: Gaviño Rodríguez (2008) para los rasgos del español coloquial y Mancera Rueda y Pano Alamán (2013) para el lenguaje más específico de las redes sociales.

En el segundo párrafo de este trabajo enmarcamos la cuenta de @policia, desde un punto de vista metodológico, en el modelo de inmediatez y distancia comunicativa elaborado por Koch y Oesterreicher (1990/2007). El objetivo es intentar dar cuenta de las peculiaridades de la comunicación institucional en las redes sociales y de la posición del lenguaje de @policia en el *continuum* oralidad/escrituralidad. En el párrafo 3 presentamos los principales resultados del análisis llevado a cabo sobre el corpus, destacando la presencia de los principales rasgos oralizadores que hemos identificado en los diferentes planos lingüísticos y la ausencia de otros, ofreciendo a modo de cierre algunas reflexiones sobre las estrategias lingüísticas y comunicativas de @policia.

2. Distancia e inmediatez comunicativa en @policia

El aspecto que más atención ha recibido por parte de los investigadores del discurso mediado por ordenador y, más específicamente, de las redes sociales, es sin duda su naturaleza híbrida, a caballo entre la escrituralidad y la oralidad. Para analizar las nuevas formas discursivas surgidas en la interacción en la red y especialmente en las redes sociales es fundamental tener en cuenta el concepto de *variación*. Las denominaciones utilizadas son varias: Yus (2001: 139) y Gómez Torrego (2001), por ejemplo, hablan de *texto escrito oralizado*, Crystal (2002: 37) de *ciberhabla*, y Sanmartín (2007) de *conversación escrita* o *por escrito*. Todas las definiciones apuntan a una nueva modalidad de escritura, vinculada con una revolución tecnológica y basada en el *continuum* oral/escrito.

Para estudiar la variación lingüística y los rasgos oralizadores de los tuits de @policia hacemos referencia al modelo de Koch y Oesterreicher (1990/2007), que proponen situar las distintas modalidades de uso de la lengua en un *continuum* gradual y multiparamétrico, dominado por el principio de la relatividad, cuyos polos extremos son la inmediatez y la distancia comunicativa.

El modelo de Koch y Oesterreicher refleja la imposibilidad de realizar una distinción dicotómica entre la oralidad y la escrituralidad que, además, son independientes del canal de transmisión (fónico-auditivo u oral por un lado, gráfico-

visual o escrito por el otro). La relación entre lo oral y lo escrito se interpreta como una oposición gradual, en el que intervienen distintos parámetros, y no como una contraposición neta. Para caracterizar las realizaciones lingüísticas y las modalidades discursivas, Koch y Oesterreicher (1990/2007: 26-27) consideran que hay que tomar en consideración diez parámetros:

a. el carácter más o menos público de un discurso, que depende del número de interlocutores y del tipo de destinatarios;

b. el grado de familiaridad de los interlocutores, que depende de la experiencia comunicativa anterior, del conocimiento compartido, del grado de institucionalización de la comunicación;

c. el grado de implicación emocional de los interlocutores, que puede depender del alocutor (afectividad) o del objeto de la comunicación (expresividad);

d. el grado de inserción de la enunciación en el contexto situacional (anclaje en la situación o en la acción);

e. el tipo de referencia, en relación con el *origo* del locutor;

f. la distancia espacial y temporal de los interlocutores;

g. el grado de cooperación, que depende del papel que el receptor juega en la producción de enunciados;

h. la dialogicidad, que depende de la frecuencia con la que los interlocutores asumen espontáneamente el papel del locutor;

i. el grado de espontaneidad de la comunicación;

j. el grado de fijación temática.

La combinación de estos valores paramétricos conlleva estrategias específicas de formulación (como distintas progresiones semánticas o planificación y elaboración sintáctica), y permite determinar el perfil concepcional prototípico de cualquier forma de comunicación.

Sin embargo, la comunicación en las redes sociales, como indicábamos anteriormente, ha favorecido la aparición de nuevas formas de interacción que plantean una redefinición y una ampliación del género conversación.

En las redes sociales los intercambios comunicativos se dan a gran escala, porque contemplan un público potencialmente mucho más amplio del de una conversación cara a cara, y la conversación en una red social como Twitter tiene características peculiares. Entre sus características más relevantes Spina (2019: 35) destaca las siguientes: no es una conversación cara a cara; los participantes no se encuentran en el mismo lugar; el público al que van dirigidos los mensajes no es necesariamente conocido por el emisor, es potencialmente muy amplio y puede variar en las

interacciones; el diálogo no tiene por qué desarrollarse en tiempo real y puede ser asincrónico, a través de la producción y del intercambio de breves textos escritos – en otras palabras, no es un diálogo volátil, es decir, no desaparece al pronunciarse, como en el lenguaje hablado. Estas características generan estrategias lingüísticas y discursivas específicas.

Retomando los parámetros de Koch y Oesterreicher, en cuanto al carácter más o menos público de un discurso, que depende del número de interlocutores y del tipo de público, el acceso a @policia es totalmente libre, no solo para los seguidores de la cuenta sino potencialmente para todos los usuarios de Twitter, lo cual apuntaría a una fuerte distancia comunicativa. Un contexto comunicativo con un público tan amplio, al menos en teoría, no puede compararse a una normal comunicación cara a cara, y es una de las muestras más relevantes de la peculiaridad y la innovación de la comunicación en la red social (Spina 2019: 41). Bruns y Moe (2014) describen Twitter como un ambiente flexible, modulado en tres niveles de comunicación: el micronivel de la comunicación interpersonal, el nivel intermedio de la red de los seguidores, y el macronivel de las interacciones basadas en las etiquetas. El nivel intermedio, la red de seguidores, implica que aunque los tuits sean públicos y, por lo tanto, potencialmente al alcance de todos, sus principales destinatarios son los seguidores, el público personal del autor, como en una conversación cara a cara. Sin embargo, esta analogía con la conversación tradicional no funciona en el caso de cuentas con un número muy elevado de seguidores, como es el caso de @policia

(3.195.675 seguidores el 16 de marzo de 2019). Además, las relaciones entre los usuarios de Twitter tienen una característica importante que diferencia esta red social de otros ambientes de tipo social: la relación con los otros participantes (el seguimiento o, en inglés, *follow*) no es necesariamente recíproco. Es este el caso de @policia, que no sigue a ningún usuario.

Asimismo, si analizamos el grado de familiaridad de los interlocutores, que depende de la experiencia comunicativa anterior, del conocimiento compartido y del grado de institucionalización de la comunicación, podemos afirmar que, tanto teórica como prácticamente, no hay ninguna familiaridad entre los interlocutores, ni experiencia comunicativa anterior. Sin embargo, una de las características principales de las redes sociales es promover la idea de una relación vivencial de proximidad entre los interlocutores. En los tuits abundan las referencias a un supuesto conocimiento de los usuarios, a través de expresiones como *lo sabemos* (ejemplo 1) o de construcciones-eco (ver párrafo 3):

1) **Lo sabemos** de sobra, tu gusto □musical es exquisito □ pero aún así... Cuando esta mañana vayas por la #calle o en #transportepublico mejor disfruta tu sol@ de tus □canciones usando □ y no □□ #FelizMartes #RESPETO

El grado de implicación emocional de los interlocutores depende, en el caso de @policia, del objeto de la comunicación (expresividad). La emotividad puede expresarse a través de diferentes recursos lingüísticos, como la grafía o la morfología (ver párrafo 3).

El contexto situacional es escaso o nulo. Twitter permite anclar la enunciación al discurso de la red social a través del uso de las etiquetas, cuando estas son temas de tendencia (*trending topics*). A través de las etiquetas, en el macronivel, quien escribe manifiesta además su voluntad de participar en un evento comunicativo y dirigirse a un público *ad hoc* y aún más amplio, el de las personas que están interesadas en un tema específico.

La distancia temporal, que se analizará más detenidamente en el siguiente párrafo en relación con la deixis, es relativa: el acceso a las redes sociales a través del ordenador y, cada vez más, de los teléfonos inteligentes, refuerza la sensación de apertura constante del canal y de instantaneidad en el intercambio de mensajes (Mancera Rueda y Pano Alamán 2013: 27). La distancia espacial, en cambio, es casi absoluta, tal y como demuestra la ausencia casi total de marcas deícticas espaciales.

El grado de cooperación es mínimo, y la dialogicidad es escasa y estrictamente regulada. La cuenta @policia mima una conversación, pero el porcentaje de los retuits, así como el de las respuestas a los tuits de los usuarios, es insignificante, y tiene en la mayoría de los casos una función puramente fática: los retuits

corresponden al 0,84 por ciento del corpus (27 mensajes) y las respuestas al 0,22 por ciento (7 mensajes).

El análisis del contexto parecería indicar, pues, que nos aproximamos más al polo de la distancia comunicativa. Sin embargo, a través de los rasgos oralizadores que describiremos en el párrafo 3, la cuenta de la policía española logra establecer un contacto directo con sus seguidores.

3. Rasgos oralizadores

3.1 Cuestiones ortográficas

En su trabajo, Mancera Rueda y Pano Alamán (2013: 48-49) enumeran una serie de rasgos ortográficos y fónicos asociados con el lenguaje de las redes sociales: seseo, ceceo, confusión de *c* y *z*, supresión de sonidos finales, supresión de sílabas, aféresis, omisión de vocales, pérdida de la *d* intervocálica en los participios, uso de *w* en lugar de *gu* o *bu*, trueque del dígrafo *qu* por la letra *k*, sustitución de la sílaba *por* o la preposición homógrafa por *x*, empleo de *g* en lugar de *j*, uso de una *x* en lugar del dígrafo *ch* para representar el sonido africado palatal sordo, sustitución de *l* y *r* en posición implosiva, presencia de *h* en palabras que no la llevan, omisión de *h*, monoptongación del diptongo *ue*, reiteraciones gráficas, omisión de los signos de

puntuación, omisión de los signos de exclamación o de interrogación iniciales, empleo de minúsculas tras punto, empleo de las mayúsculas para simbolizar una aserción intensificada, uso de puntos suspensivos para concluir las oraciones, recreación de las expresiones del rostro mediante emoticonos, omisión de tildes, unión de lexías por sinalefa, uso de abreviaturas o símbolos.

En el corpus de los tuits que hemos analizado, encontramos ejemplos de reiteraciones gráficas (duplicación de vocales o consonantes), empleo de las mayúsculas para simbolizar una aserción intensificada, uso de abreviaturas o símbolos y, además, un uso expresivo de los signos de puntuación, representativo del ámbito suprasegmental y mimético de la implicación, la participación y la actitud del locutor ante el mensaje que emite.

3.1.1 Grafía

Las mayúsculas se usan para llamar la atención sobre las palabras clave de los mensajes: en su mayoría se trata de mensajes con un sentido imperativo (ejemplo 2), pero no solo:

2) ¡Que no te la cuelen! Antes de aceptar el billete□, tres gestos: **✔□TOCAR ✔□GIRAR ✔□MIRAR**

3) Si hoy comes con tus mayores, adviérteles sobre los **FALSOS REVISORES DE LUZ O GAS**↴ Tu compañía te avisa antes de una revisión y **NO COBRAN NUNCA** en efectivo, solo en tu factura

4) Nosotras vemos injusticias, tocamos situaciones desagradables ante las que, como mujeres y como policías, **NUNCA NOS QUEDAREMOS INDIFERENTES**.

3.1.2 Puntuación

Las preguntas directas son una muestra evidente de interactividad y las frases exclamativas implican énfasis y emotividad (Spina 2019: 106). En el corpus analizado abundan los signos de interrogación (486 ocurrencias) y de exclamación (839 ocurrencias), que en algunas ocasiones se duplican o se multiplican por tres, por cuatro e incluso por cinco.

El ejemplo 5 es una muestra del uso enfático de la puntuación:

5) **¡¡¡¡**Ooohh nooo**!!!!** Llevas un rato sin recibir WhatsApp (raro, raro), intentas enviar uno y aparece el temido reloj□... ¡drama! Aquí te

mostramos cómo saber si la App está caída o el problema es de tu dispositivo. Más info.↴

3.1.3 Reiteraciones gráficas

Las reiteraciones gráficas de vocales o consonantes miman la prosodia y modifican la fuerza ilocutiva de lo dicho, expresando sorpresa, asombro, desacuerdo, reforzando una petición o acentuando la sensación de proximidad comunicativa (Mancera Rueda y Pano Alamán 2013: 43):

6) ¡¡**Vaaaaaamos**, espíritu de viernes!! Aunque te toque currar... Cárgate de buen rollo, positividad, #respeto, alegría... Y disfruta de un ¡¡ #FelizFinde !!

7) ¡**Taaaan** contento con el pedazo #smartphone que te han traído los #ReyesMagos! Recuerda tener tu IMEI (es como el #DNI de tu móvil) a mano. Si te lo roban te resultará útil para poder bloquearlo y para interponer la denuncia. Para saber cuál es📱

8) ¿Estrés vacacional? **NOOO** #Tuitconsejo ☑Planifica tus "vacas" con tiempo ☑Respuesta automática del email ☑Limítate el uso de Internet ☑Configura "No molestar" en el móvil ☑Haz una vuelta escalonada

3.1.4 Lenguaje inclusivo

El empleo de la arroba para integrar en una sola palabra las formas masculinas y femeninas es uno de los rasgos que Mancera Rueda y Pano Alamán consideran típico del lenguaje de las redes sociales (2013: 66), y el corpus de @policia presenta un uso abundante de esta forma:

9) Hay **listill@s** que saben engatusar muy bien a quien busca #love □en la #Red. Evita ser víctima de #sextorsión si chateas online y piensa dos veces □ las imágenes que compartes

10) Cuando te drogas↴ Tú te ves más **simpátic@**, **guap@**, **divertid@**, **ingenios@**... Ellos te ven **patos@**, **pesad@**, **descoordinad@**...

11) **¡Empresari@**! Asegúrate de que tus empleados conocen este tipo de #estafa y evita que los cibermalos engañen a tu empresa con el fraude de las facturas #Ciberestafa

3.1.5 Observaciones

La mayoría de los géneros de textos electrónicos manifiesta una desviación intencionada de la norma que se produce voluntariamente, y no por desconocimiento, lo que Martínez de Sousa (2004) define *heterografía*, en contraposición con las disgrafías o cacografías (es decir, las faltas de ortografía debidas a una ignorancia de las reglas que rigen la grafía del español): sin embargo, en ningún caso en el corpus se registran dichas heterografías, más allá de la duplicación de vocales o consonantes ya mencionada. La única desviación en la grafía de las palabras concierne a los alargamientos de sonidos o el recurso a las mayúsculas con valor enfático.

En cuanto a la puntuación, las desviaciones de la norma conciernen a la reduplicación de los signos de exclamación e interrogación. Por otro lado, sin embargo, siempre se mantienen los signos de apertura en los enunciados interrogativos o exclamativos, tal y como recomienda la *Ortografía* de la RAE (2010: 794-795) y contrariamente a lo que Mancera Rueda y Pano Alamán indican en su estudio (2013: 45) en referencia al lenguaje coloquial de los usuarios de las redes sociales.

3.2 Cuestiones morfológicas

3.2.1 Derivación por sufijación

Desde un punto de vista morfológico, el fenómeno más evidente de oralización que aparece en el corpus es la derivación por sufijación:

12) No te pierdas este ¡**PARTIDAZO** BENÉFICO! @policia vs Famosos 20/01/19, 18:00, Pabellón Europa (#Leganés) La recaudación obtenida se destinará de forma ÍNTEGRA a la Fundación Huérfanos CNP @fhcnp

13) Ni siquiera para un recado **rapidito**... no dejes a tu #mascota □□ en el coche□, puede sufrir un golpe de #calor e incluso ✋ □ provocarle la muerte

14) ¡Sábado noche, **fiestuqui** a tope! Si esperas que ésta, sea tu gran noche... deja el coche en casa y regresa en transporte público o a patita. #FiestaSegura #SiBebesNoConduzcas

15) No has perdido tu móvil □ pero... 1º) #WhatsApp te envía un #SMS con un código que no has pedido 2º) El **listillo** de turno te pide que se lo reenvíes ¡NI CASO! Los malvados quieren robarte tu cuenta #nopiques

16) □Esa maravillosa sensación de montarte sobre la □♂ y olvidarte de todo lo demás... Disfruta del **rutón** en #bici equípate bien y respeta las normas de tráfico. #SeguridadVial #FelizSábado

Además, se registran casos de uso del prefijo *super*, típico del argot juvenil, que aparece unido a la palabra que antecede o separado de ella:

17) Quieres cambiar de #smartphone□ y has encontrado una **súper oferta**: nuevo y a mitad de precio... □Desconfía, consulta opiniones de otros usuarios y utiliza páginas seguras□

18) ¿Profeeee, esta página es segura?

Solicita una charla de nuestros **superagentes** especializados en los peligros de Internet

Escribe a participa@policia.es #ParticipaciónCiudadana □□□$□□$□

3.3 Cuestiones léxicas

Entre los rasgos léxicos del discurso de las redes sociales, Mancera Rueda y Pano Alamán (2013: 56) destacan la expresiones disfemísticas, los adjetivos de

significación peyorativa, los insultos utilizados con sentido antifrástico para mostrar camaradería, los insultos sometidos a sufijación apreciativa, la creatividad léxica por el procedimiento de composición, la creación de palabras mediante sufijación, las metáforas heurísticas, la recurrencia del prefijo super-, los acortamientos, el empleo de voces pertenecientes al argot juvenil, las exclamaciones intensificadoras, y el uso de préstamos de otras lenguas.

En el corpus de @policia, los fenómenos léxicos que se registran son los últimos de la lista: acortamientos, el empleo de voces pertenecientes al argot juvenil, el uso de préstamos de otras lenguas (específicamente, de anglicismos, a menudo con un propósito lúdico). Además, se registra la presencia de fraseologismos. En ningún caso se registran ejemplos de insultos o expresiones disfemísticas.

3.3.1 Acortamientos

Los ejemplos 19 y 20 representan una muestra de los numerosos acortamientos identificados en el corpus:

19) Si ya estás pensando en un **#finde** de mantita y sofá🤧 Sigue estos consejos: ✔sistema operativo y antivirus actualizado ✔claves robustas y distintas y #behappy

20) Si quieres que nuestros **compis** de #ParticipaciónCiudadana visiten a tus alumnos en el cole ↴ Escribe a participa@policia.es

No se registran, sin embargo, casos de acortamientos típicos de la comunicación digital escrita (como por ejemplo LOL), y son muy escasos los casos de erratas o de palabras mal escritas.

3.3.2 Argot juvenil y coloquialismos

@policia intenta conectar con los jóvenes y dotarse de una imagen desenfadada y al paso con los tiempos a través del recurso a expresiones del argot juvenil y de coloquialismos, que acercan el lenguaje utilizado al polo de la inmediatez comunicativa:

21) Sábadoooo nocheeeeee Diversión Respeto Y si bebes alcohol▶ Ni ni ⏩ **A patita** o en transporte público

22) Ya... sabemos que es **un rollo** y que casi nadie lo hace, pero antes de #descargar una #App y aceptar los términos de uso, echa un vistazo a la letra pequeña y asegúrate estar de con las condiciones

23) Ya sabemos que eres muy #cool llevando a tope tu altavoz□ con #música□ por la calle, pero también te verías muy **guay** utilizando unos cascos□: están de moda y no molestan...

24) Por fin es #viernes y estás a punto de irte a tomar algo. Si sabes que al final **te lías** □□□□, mejor deja el coche en casa y elige el transporte público□□□... Por tu #seguridad y la de otros

3.3.2 Anglicismos

Otro rasgo recurrente en la cuenta de @policia es el uso de anglicismos:

25) Si estás de **#afterwork**□□ y te estás viniendo arriba con las cañitas□□□□ Olvídate del coche y evita disgustos ¡Disfruta sin jugar con tu vida o la de los demás! Al volante 0%

26) Si pretendes ser de lo más "**cool**" "moreneando" encima de un unicornio hinchable... hazlo en piscinas o lagos sin corrientes ⛔Nunca en el mar o ríos Disfruta de un #VeranoSeguro

27) ¡**Today is the day**! El #GEO celebra su 40 aniversario y S.M el Rey Felipe VI presenciará en su base de #Guadalajara varias

exhibiciones entre otras muchas sorpresas. Entérate de todo en directo en nuestras RRSS

3.3.2 Unidades fraseológicas

Como indica Gaviño (2008: 80) el habla coloquial se encuentra “plagada de formulismos”: a pesar de la falta de planificación previa, en la conversación aparecen con frecuencia fórmulas discursivas que cumplen con diferentes funciones comunicativas. El registro coloquial se caracteriza por la aparición de refranes, dichos, expresiones fijas y locuciones que se repiten en la interacción. A continuación, presentamos algunos ejemplos de los fraseologismos presentes en @policia:

28) ¿Hoy sales de fiesta con tus amigos? Si vas a beber ⃣1 Deja el coche en casa ⃣2 Usa transporte público o vuelve **en el coche de San Fernando: "Un ratito a pie y otro andando"** ⃣3 Disfruta de la #FiestaSegura

29) Puede que **estés de vacas**□□, puede que además estés celebrándolo□□ ¡Te lo mereces! Pero piensa en tus vecinos y baja la

música□, por los que no tienen la misma suerte □□ y mañana madrugan #Respeto

30) Troleando voy, troleando vengo, vengo... por el camino yo me entretengo... ¡**No seas "merluzo"**! Trata con #RESPETO a todos en las #RRSS.

3.4 Otros fenómenos

Otros fenómenos asociados con la oralidad y la dialogicidad son los marcadores conversacionales, las construcciones-eco y el recurso a la deixis.

3.4.1 Marcadores conversacionales

Los marcadores conversacionales contribuyen a configurar el texto en la interacción comunicativa (Gaviño 2008: 115) y, como indican Martín Zorraquino y Portolés (1999: 4057), guían "de acuerdo con sus distintas propiedades morfosintácticas, semánticas y pragmáticas, las inferencias que se realizan en la comunicación". En @policia se registran muchas ocurrencias de marcadores

conversacionales, especialmente de los denominados enfocadores de la alteridad, característicos del habla coloquial, que apuntan al oyente o a ambos interlocutores (*venga*, 10 ocurrencias; *vamos*, 8 ocurrencias), y también el *pues* (19 ocurrencias) utilizado para evocar una conversación ya en marcha:

31) Hoy @DonasangreCruzR está en la calle Miguel Ángel #Madrid frente a la Dirección General de la Policía. Nosotros ya hemos donado... ¡**Venga**, anímate, ven a donar sangre! #DonaSangre #DonaVida

32) ¡**Venga**, sin excusas! ¡Es un buen momento⏰ para cambiar tus contraseñas!

Recuerda:

▪ Que tengan 8 caracteres

▪ Utiliza mayúsculas, minúsculas, números y caracteres especiales

▪ Recuérdalas con reglas mnemotécnicas

33) **Pues** sí, nos gustan los selfies tanto como a ti ... Pero recuerda tu seguridad y privacidad siempre antes que el postureo. Feliz #DíadelSelfie #Haydíapató

34) ¿Todavía queda alguien que no lo sepa?□♂ □♀**Pues** se lo repetimos: □Echar #Azufre en las aceras es una práctica absurda que no evita que los □□ orinen. Y además es un producto ☣#TÓXICO

3.4.2 Construcciones-eco

Las construcciones-eco son repeticiones más o menos exactas de enunciados previos que, teóricamente, ha aparecido en un turno de palabra inmediatamente anterior. Como indica G. Herrero (1995: 127-128 cit. in Gaviño Rodríguez 2008: 151), son secuencias de carácter anafórico con referencia intradiscursiva que se apoyan en una secuencia anterior y que se producen en situaciones dialogadas. Su uso en @policia evoca un diálogo abierto con los seguidores (como el marcador *pues*):

35) **Que síiiii**! Tú puedes con todo □ Hasta con los mazapanes, el cochinillo y los turrones que aún estás terminando de digerir. Llénate de energía y cómete también el mundo□

36) **Que no... que** poner azufre en el portal/acera/pared no sirve de nada, no impide que las #mascotas□□ orinen y además es #tóxico☠□ para humanos y animales

3.4.3 Deixis

Las expresiones deícticas, para cuya interpretación es necesario que los interlocutores compartan un mismo contexto, son uno de los rasgos más típicos de la conversación cara a cara. En cuanto a la deixis personal, la cuenta @policia suele utilizar la primera persona del plural para referirse al emisor del mensaje (ejemplo 37-39):

37) Aquí os **dejamos** el enlace con pautas seguras frente al #Ransomware ↴

✔ Actualízate

✔ Navega seguro

✔ Haz copias de seguridad

✔ Usa contraseñas fuertes

Toma medidas frente al #Ransomware

38) Por fin viernes, en nada el finde y piscina, playa, chiringuito... ¡Sólo te queda un último esfuerzo!

Mucho ánimo y a por la mañana.

Si nos necesitas, allí **estaremos**. 091

#FelizViernes

39) □□□□ Bravo enorme por **nuestros** compañeros que salvaron la vida a una mujer que pretendía arrojarse desde un puente en #Sevilla #SomosTuPolicía #EstamosPorTi

Para referirse a los destinatarios, la forma más utilizada es el tú:

40) **Sé** más listo que ellos... #ciberespías No descuides la cámara de tus dispositivos electrónicos□□, alguien podría hackearla y encenderla sin que te des cuenta #webcam

41) Si **conoces** a alguien que sufra #bullying, ¡**NO te calles**! y anímale a que lo cuente, a que nos llame para que podamos ayudarle.

Por lo que se refiere a la deixis espacial, en cambio, el adverbio *aquí* hace referencia casi exclusivamente a un enlace.

42) ¿Tienes un #smartphone□ #Android? **Aquí** tienes algunos consejos para saber detectar□ #aplicaciones falsas□□

Al comentar o narrar los sucesos en el momento en el que se desarrollan, los participantes explicitan la referencia al contexto temporal, anclando el tuit al momento del suceso. Otra señal de la inmediatez de la comunicación es el uso de una deixis temporal casi exclusivamente en referencia al presente con la palabra *hoy* (151 ocurrencias), frente a las más escasas ocurrencias de *ayer* (9) o *mañana* (47).

4 Conclusiones

El éxito de @policia se debe a una elección deliberada tanto de los temas como del estilo comunicativo. Al contrario de muchas instituciones, la policía española no usa las redes sociales para informaciones corporativas o para difundir los comunicados de prensa, ambos caracterizados por un tono y un lenguaje formal, sino para enviar mensajes con un lenguaje cercano a los usuarios, recurriendo a un lenguaje coloquial, al humor y a la provocación para atraer e implicar a un público muy numeroso. En los mensajes analizados abundan los rasgos típicos de la oralidad, que se manifiestan en todos los planos de la lengua: en la grafía y la puntuación - que correspondería al plano fonético del lenguaje oral - en la morfología, en la sintaxis y en el léxico. Sin embargo, la cuenta @policia no recurre indistintamente a todo rasgo típico del lenguaje oral o más específicamente de la red social. En cuanto a la grafía, por ejemplo, los mensajes se caracterizan por mostrar una gran corrección, más allá del

recurso a los alargamientos de palabras o a una puntuación con una finalidad enfática. Asimismo, en el plano léxico se evitan disfemismos, adjetivos de significación peyorativa o insultos.

Además, por más que la cuenta analizada presente rasgos típicos del lenguaje oral, no podemos hablar de una verdadera interacción dialógica, sino de una imitación mimética de la misma. Twitter permite establecer relaciones asimétricas, en las que no es necesario que dos usuarios se sigan mutuamente, y este es efectivamente el caso de @policia. La "conversación" entablada con los usuarios no es prototípica, al no haber reciprocidad entre los contactos y al ser muy escaso el número de respuestas y retuits, con intervenciones en su mayoría iniciativas, más que reactivas, dirigidas a los usuarios de la red social.

BIBLIOGRAFÍA

C. Bazzanella, *Le facce del parlare. Un approccio pragmatico all'italiano parlato*, La Nuova Italia, Firenze 1994.

D. Boyd, *Social network sites as networked publics: Affordances, dynamics, and implications*, in Z. Papacharrisi, a cura di, *A networked self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites*, Routledge, New York 2010, pp. 39-58.

A. Bruns, H. Moe, *Structural Layers of Communication on Twitter*, in K. Weller, A. Bruns, J. Burgess, M. Mahrt, C. Pischmann, a cura di, *Twitter and Society*, Peter Lang, New York 2014, pp. 15-28.

H. Castellón Alcalá, Los textos administrativos, Arco Libros, Madrid 2000.

D. Crystal, *Language and the Internet*, Cambridge University Press, Cambridge 2001.

C. Fernández Guerra, @policia: las historiad de un éxito, Aguilar, Madrid 2014.

V. Gaviño Rodríguez, *Español coloquial. Pragmática de lo cotidiano*, Universidad de Cádiz, Cádiz 2008.

L. Gómez Torrego, *La Gramática en Internet*, "Nuevas fronteras del español: Lengua y escritura en Internet", 2001.

[http://congresosdelalengua.es/valladolid/ponencias/nuevas_fronteras_del_espanol/4_lengua_y_escritura/gomez_l.htm]

E. Guijarro, C. Santandreu Mascarell, L. Canós Darós, R. Díez Somavilla, E. Babiloni Griñón, *Multicriteria techniques applied to social media in public sector: the use of Twitter by different law enforcement authorities profiles*, "Revista Latina de Comunicación Social", 73, 2018, pp. 1412-1427. [http://www.revistalatinacs.org/073paper/1314/73en.html]

S.C. Herring, *Computer-mediated conversation: Introduction and overview*, "Language@Internet", 7, 2010.

P. Koch e W. Oesterreicher, *Lengua hablada en la Romania: español, francés, italiano*, Gredos, Madrid 1990/2007.

F.D. Lux Wigand, *Twitter takes wing in government: Diffusion, roles, and management*, in "Proceeding of the 11th Annual International Conference on Digital Government Research (Puebla, Mexico, May 17-20, 2010)", ACM, pp. 66-71.

A. Mancera Rueda, A. Pano Alamán, *El español coloquial en las redes sociales*, ArcoLibros, Madrid 2013.

J. Martínez De Sousa, *Ortografía y ortotipografía del español actual*, Trea, Gijón 2004.

Real Academia Española y Asociación de Academias de la Lengua Española, *Ortografía de la lengua española*, Espasa Libros, Madrid 2010.

J. Sanmartín Sáez, *El chat. La conversación tecnológica*, ArcoLibros, Madrid 2007.

F. Yus Ramos, *Ciberpragmática. El uso del lenguaje en Internet*, Ariel, Barcelona 2001.

F. Yus Ramos, *Ciberpragmática 2.0. Nuevos usos del lenguaje en internet*, Ariel, Barcelona 2010.