

Estrategias Discursivas de Legitimación en Tuits Relativos a las Franjas Electorales de los Plebiscitos Chilenos 2020-2022

Discursive Strategies of Legitimization in Tweets Related to Television Advertising in Chilean Referendum Campaigns During 2020-2022

Daniela Ibarra

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE VALPARAÍSO
CHILE
daniela.ibarra@pucv.cl

Recibido: 15-XII-2022 / **Aceptado:** 27-IX-2023

DOI: 10.4067/S0718-09342023000300697

Resumen

Este artículo tiene como objetivo caracterizar las estrategias discursivas de legitimación en tuits relativos a las franjas electorales televisadas de los plebiscitos constitucionales en Chile (2020-2022), desde una perspectiva crítica que integra principios de los estudios críticos del discurso, específicamente, en el estudio de la legitimación (van Leeuwen, 2007; Reyes, 2011; Hansson & Page, 2022) y el marco conceptual del sistema híbrido de medios (Chadwick, 2017). Este estudio de corte cualitativo analiza una muestra aleatoria extraída de un corpus de aproximadamente 100.000 tuits marcados con la etiqueta #Franjaelectoral publicados en los periodos de campaña del plebiscito de entrada (2020) y de salida (2022) por una nueva constitución en Chile. Se analizaron en detalle una muestra aleatoria de 50 tuits de cada periodo para caracterizar las estrategias discursivas de legitimación utilizadas en estos textos y contrastar los textos de ambas campañas. Se encontraron diversas estrategias de legitimación descritas en la literatura en los textos analizados para justificar su postura en relación con los procesos electorales relacionados con la nueva constitución en Chile. La estrategia más frecuente es la de evaluación moral, relacionada principalmente con la valoración de la franja electoral y el proceso constitucional; seguida por la autorización que remite a figuras públicas con experiencia; la racionalización que cuestiona los argumentos de los adversarios y, finalmente, la mitopoiesis, relacionada a procesos políticos anteriores que servirían como marco de acción para estos procesos electorarios.

Palabras Clave: Nueva constitución, proceso constituyente, estudios críticos del discurso, sistema híbrido de medios, redes sociales.

Abstract

This article aims to characterize the discursive strategies of legitimation in tweets about television advertising in electoral campaigns for the referendum for a new constitution in Chile (2020-2022), from a critical perspective that integrates principles of critical discourse studies, specifically, in the study of legitimation (van Leeuwen, 2007; Reyes, 2011; Hansson & Page, 2022) and the conceptual framework of the hybrid media system (Chadwick, 2017). This qualitative study analyzes a random sample extracted from a corpus of approximately 100,000 tweets marked with the hashtag #Franjaelectoral published in the campaign periods of the first (2020) and second (2022) referendum for a new constitution in Chile. A random sample of 50 tweets from each data set was analyzed in detail to characterize the discursive strategies of legitimation used in these texts and thus contrast the texts generated in both campaigns. It was found that users use various legitimation strategies in their texts to justify their stance in relation to the electoral processes regarding the new constitution in Chile. The most apparent strategy in the corpus is that of moral evaluation, related mainly to the appraisal of the electoral strip and the constitutional process; followed by the authorization that refers in this corpus to public figures with experience; the rationalization that questions the arguments of the adversaries and; finally, mythopoesis, concerning previous political processes that would serve as a framework for action for them.

Keywords: New constitution, constituent process, critical discourse studies, hybrid media system, social networks.

INTRODUCCIÓN

Este trabajo tiene como objetivo caracterizar las estrategias discursivas de legitimación en textos en redes sociales, más específicamente de Twitter, relacionados con los *spots* televisivos de la campaña electoral del plebiscito nacional de octubre de 2020 y de septiembre del 2022 para la redacción de una nueva constitución política de la República de Chile. Esto, desde una perspectiva crítica que integra principios de los estudios del discurso, más específicamente de la caracterización de estrategias de legitimación (van Leeuwen, 2007), y el marco conceptual del sistema híbrido de medios (Chadwick, 2017).

Este estudio examina un corpus de datos de Twitter producidos con la etiqueta #Franjaelectoral durante dos periodos relacionados con las campañas propagandísticas televisadas de dos eventos electorales. Se estudiaron los tuits relativos a la franja electoral del plebiscito de entrada por una nueva constitución para Chile, llevado a cabo en octubre de 2020 y el de salida del proceso constitucional, efectuado en septiembre de 2022. Este proceso político social cobra particular relevancia para su estudio debido a diferentes motivos, por una parte, las motivaciones sociales del proceso eleccionario y, por otra, la disparidad de los resultados entre ambas elecciones.

El estudio de los textos relativos a estos eventos políticos se considera relevante para entender cómo se configura el escenario chileno actual y cómo se desarrollan

nuevos procesos políticos y deliberativos en democracia. Los procesos electorarios explorados en este trabajo surgen como respuesta institucionalizada a diversas manifestaciones de descontento social que paralizaron el país, que llevaron al gobierno y partidos políticos a buscar una salida a la crisis a través de un cambio constitucional. Para lograrlo, se llevó a cabo una elección en la cual la redacción de una nueva constitución obtuvo el 78,28% de los votos. Como Piscopo y Siavelis (2021) señalan, la actual Constitución Política de la República, redactada en 1980 durante la dictadura, ha sido caracterizada por diversos sectores como ilegítima debido a sus orígenes dictatoriales, además de ser también considerada como el principal vínculo político entre la institucionalidad y el modelo económico neoliberal. Posteriormente, se llevó a cabo la elección de una convención constitucional (Piscopo & Siavelis, 2021). Esta convención constitucional electa democráticamente, paritaria y con escaños reservados para pueblos originarios, redactó un texto el cual fue sometido a votación el día 4 de septiembre de 2022. Finalmente, este texto fue rechazado por un 61,86% de los votos (BNC, 2022).

Este proceso constitucional tiene sus orígenes en una protesta social masiva y generalizada de octubre del año 2019, en la que estudiantes secundarios comenzaron con una serie de protestas a partir del alza del pasaje de la locomoción colectiva en la capital, a través de evasiones masivas del pago de la tarifa de transporte en diversas estaciones de Metro de Santiago. Estas acciones causaron violentos enfrentamientos entre estudiantes secundarios y la policía, y a posterior cierre de diversas estaciones de este medio de transporte (Palacios-Valladares, 2020).

Hubo, además, diversas manifestaciones masivas en diferentes puntos del país que llevaron al presidente Sebastián Piñera a decretar estado de emergencia que incluyó toques de queda y la militarización de las calles. Estos eventos de octubre de 2019 se han considerado el momento más crítico que ha pasado un gobierno chileno desde el retorno a la democracia, dada la inestabilidad provocada por la violencia desatada en las calles (Morales-Quiroga, 2020).

A partir de estos eventos, diversos partidos políticos acordaron la realización de un plebiscito que consultaría sobre la redacción de una nueva constitución, la cual reemplazaría la actual constitución política de la república (Piscopo & Siavelis, 2021) lo que permitiría realizar los cambios que la ciudadanía demandaba. Este plebiscito se erigió como una salida institucional al conflicto que se había desatado en las calles. La exploración de textos, generados en este contexto sociopolítico, cobra relevancia para entender no sólo los procesos electorarios relativos a la revuelta social, sino también describir ciertos aspectos del debate político en relación con qué país se desea construir en un nuevo proceso constitucional.

Una aproximación cualitativa al estudio de textos de redes sociales vinculados a eventos electorales puede contribuir a comprender diversos fenómenos políticos y

mediáticos en el contexto chileno, especialmente, considerando que diversos modelos predictivos basados en la actividad de redes sociales, al igual que las encuestas desarrolladas por diversas agencias, no fueron capaces de predecir los resultados de las elecciones analizadas en este estudio. Por ejemplo, los monitoreos de redes sociales, en su gran mayoría dieron por ganadora a la opción Apruebo en el plebiscito de salida (El Mostrador, 2022; Vargas, 2022) contabilizando el número de menciones y autores únicos en relación con cada opción plebiscitada.

Considerando el objetivo de esta investigación, este trabajo se posiciona desde los estudios críticos del discurso (en adelante, ECD), más específicamente se centrará en la exploración y caracterización de las estrategias de legitimación (van Leeuwen, 2007) para el estudio del lenguaje en uso en diversos contextos de comunicación política. En este estudio, los textos analizados se encuentran en el contexto de las redes sociales relacionadas con los medios de comunicación masiva (KhosraviNik & Unger, 2016).

Considerando lo anterior, el estudio de los textos generados en Twitter relacionados a la propaganda política televisiva en el contexto chileno puede proveer de información valiosa no solo en relación con los procesos políticos involucrados, sino también referente a los fenómenos mediáticos asociados a estos, tales como la interacción entre otros medios y la propaganda televisada; y cómo se configura la ecología de los medios en este contexto. La propaganda política televisada, en este trabajo, sirve como contexto mediático para las interacciones en redes sociales, pero también proporciona un contexto político, de cierta forma más acotado, lo que facilitaría el estudio de los discursos generados en relación a estos fenómenos políticos.

En esta línea, la propaganda política televisada o franja electoral se ha considerado como parte de la mediatización política en el contexto chileno, que no solo incluye elementos políticos sino, también culturales y artísticos (Simón-Salazar, 2018) erigiéndose como una fuente de información electoral eficiente y atractiva para los televidentes, pero también para los usuarios de otras plataformas. El estudio de este tipo de textos permitiría explorar parte del fenómeno social asociado al proceso constitucional chileno a partir de las prácticas discursivas y mediáticas y, de esta forma, contribuir a la comprensión de los procesos sociopolíticos actuales y contingentes en diversos contextos, al describir estrategias utilizadas por los usuarios de redes sociales para justificar sus posturas ante estas elecciones.

Este trabajo se organiza de la siguiente manera: se presentan los conceptos más relevantes para el estudio de textos en línea asociados a la propaganda televisiva, como son franja electoral, estudio de discursos en redes sociales, sistema híbrido de medios y *dual screening* como fenómenos mediáticos. Posteriormente, se presenta la metodología de la investigación, seguido de los principales resultados de esta. Finalmente, se presentan las conclusiones y las proyecciones de este trabajo.

1. Marco teórico

1.1. La franja como objeto de estudio

La propaganda televisada relativa a procesos electorarios en Chile ha sido un tema poco explorado por la academia, considerando el potencial impacto que este tipo de manifestaciones pueden tener en la configuración del panorama político nacional (Uribe, Buzeta, Manzur & Pefaur, 2018). En el contexto político chileno, la propaganda televisiva en períodos electorarios, o franja electoral, se ha caracterizado por ser una fuente importante de información para la ciudadanía (Uribe et al., 2018). Es por esto que se considera que las franjas electorales contribuyen al desarrollo político y democrático de los países. En el caso chileno, las franjas electorales son espacios propagandísticos regulados en televisión abierta por períodos establecidos de tiempo antes de los procesos electorales. De acuerdo con el Consejo Nacional de Televisión (CNTV), la propaganda electoral televisiva es parte de los procesos democráticos establecidos en la legislación chilena sobre Votaciones y Escrutinio (ley N°18.700). Esta ley establece que los canales de televisión abierta tienen la obligación de transmitir de manera gratuita treinta minutos diarios de propaganda electoral en los casos de elecciones (CNTV, 2020).

Simón-Salazar (2018) considera a las franjas electorales en Chile como espacios políticos mediatizados, tomando como referente principalmente el impacto no solo medial, sino cultural de la franja electoral televisiva para el retorno a la democracia en 1988, que puso fin a la dictadura de Augusto Pinochet. Las franjas electorales, para Simón-Salazar (2018) serían prácticas sociales y culturales que permitirían la configuración del mundo social.

El Consejo Nacional de Televisión (CNTV), como organismo estatal regulador de los contenidos programáticos de la televisión abierta en Chile, elabora diversos informes relacionados a las franjas electorales, con el objetivo de monitorear y evaluar estos espacios. A partir de una encuesta realizada por el CNTV el 2021 se determinó que un alto porcentaje de la población chilena vio la franja electoral relacionada al plebiscito (76,2%) ya fuese frecuente o esporádicamente y más de la mitad de quienes vieron este espacio lo consideraron muy importante. Los resultados de esta encuesta además demuestran que la franja sería un elemento importante en la democratización del acceso a la información, debido a su masividad y alcance (CNTV, 2021).

Estudiar los textos generados en redes sociales y su relación con la franja electoral del plebiscito permitiría explorar las relaciones entre los medios y lo que se está hablando (es decir, la política, en este caso), y también examinar cómo los vínculos discursivos entre los medios dan forma a la creación de significado como parte de una práctica social relativamente nueva. La exploración de diferentes recursos semióticos y estrategias argumentativas en este contexto brinda información valiosa, no solo sobre el contexto político y los temas de actualidad en la esfera pública chilena, sino también

sobre el uso de las redes sociales y, más específicamente, la práctica social del *dual screening* en Chile, considerando el contexto histórico y sociopolítico.

1.2. Estudios críticos del discurso y redes sociales

En los últimos años la irrupción de las redes sociales, que hoy en día se encuentran presentes en la mayoría de las esferas de nuestras vidas, ha ampliado los contextos de estudio de los textos pertenecientes al mundo digital (Vásquez, 2022). Considerando lo anterior, el estudio lingüístico en redes sociales se ha llevado a cabo desde múltiples perspectivas, incluyendo enfoques cualitativos y cuantitativos para la exploración de nuevas prácticas en medios digitales (Page, Barton, Unger & Zappavigna, 2022).

Como plantea Ventura (2016) los tuits políticos poseen ciertas características particulares tales como la economía de recursos, a partir de su restricción de caracteres, la posibilidad de combinar medios semióticos y su rapidez cercana al tiempo real, que ha sido particularmente atractiva para los políticos, que ven en esta red, la posibilidad de comunicar sus agendas, programas y opiniones sin intermediarios. Los textos generados en esta red social con propósitos políticos se han caracterizado por mostrar argumentación que no se rige por la retórica tradicional, así como también por la prevalencia de opiniones subjetivas (Ventura, 2016).

Como sostiene KhosraviNik (2017) el principal objeto de ECD en las redes sociales no es la tecnología o los medios de comunicación sino los discursos generados en estos contextos mediáticos; por lo tanto, el autor sostiene que los principales constructos teóricos y procedimientos analíticos utilizados en los ECD, de estudios más tradicionales, pueden aplicarse a la comunicación digital. Es más, la exploración de discursos políticos generados en contextos de hibridación medial cobra relevancia para el campo de los estudios críticos del discurso como proceso social, político y mediático.

En relación con lo anterior, los estudios críticos del discurso se pueden caracterizar como un enfoque interdisciplinario y ecléctico, orientado a problemáticas, que está interesado en comprender y explicar diferentes fenómenos sociales (Wodak & Meyer, 2016). Como sostienen Flowerdew y Richardson (2018), los ECD ayudan a explicar cómo el discurso da forma a los procesos, estructuras y cambios sociales, examinando usos reales del lenguaje. De esta forma, se considera que los ECD son una perspectiva que puede explorar cómo las personas usan el lenguaje en ciertos contextos.

1.3. Estudios de la legitimación

Entre los estudios críticos del discurso, enfocados en la exploración de fenómenos políticos y sociales, se encuentran los aportes de van Leeuwen (2007) relativos a las estrategias discursivas utilizadas en los discursos para legitimar. Este tipo de análisis pretende dar cuenta de cómo los hablantes/escritores justifican sus acciones sociales (Hansson & Page, 2022). Por ese motivo, este marco conceptual puede ayudar en la

comprensión de fenómenos políticos y las relaciones de poder que se establecen entre distintos grupos, ya que permite explorar cómo se justifican diversas acciones que pueden ser cuestionadas o perjudiciales. El estudio de la legitimación, como plantean Hansson y Page (2022), puede contribuir a explorar cómo diversas acciones se vuelven aceptables socialmente.

Las estrategias de legitimación permiten explorar justificaciones en la vida cotidiana y también se ha comprobado que son particularmente productivas en relación con la comunicación política (Reyes, 2011). Como plantea Reyes (2011), el estudio de la legitimación es relevante en el ámbito político ya que, considerando el lenguaje como una fuente de poder, se presenta como un instrumento de control que manifiesta el poder simbólico tanto en el discurso como en la sociedad. Por este motivo, el estudio de las estrategias de legitimación contribuye a conocer cómo los hablantes/escritores justifican y legitiman sus cursos de acción.

El estudio de la legitimación, como marco conceptual, se ha utilizado en la exploración de diversos fenómenos en línea en variados contextos. Entre los trabajos que destacan se encuentran los de Hansson y Page (2022) sobre el gobierno británico en Twitter en relación con el Brexit, Hansson, Page y Fuoli (2022) que exploran la respuesta del gobierno británico frente a la pandemia COVID19, y el trabajo de Lee (2020), sobre este tipo de estrategias en la publicación de información personal en foros en línea relacionados con el movimiento por la democracia en Hong Kong. Estos trabajos estudian las estrategias de legitimación para poder entender fenómenos sociales de descontento y protesta en diversos contextos, presentando diversas estrategias discursivas para justificar sus puntos de vista y deslegitimar posturas de la institucionalidad.

Es por esto que el estudio de la legitimación permite explorar diversas formas en las cuales usuarios de redes sociales justifican las acciones sociales en este contexto sociopolítico. Este tipo de análisis que considera diversas formas de justificación puede proveer de información relevante para entender cómo los usuarios se posicionan políticamente en sus discursos publicados en medios digitales relacionados con propaganda electoral televisada en el contexto chileno.

1.4. Sistema híbrido de medios

El uso de redes sociales, en relación con programas televisivos es un fenómeno mediático que se lleva a cabo a partir de la interacción no solo entre usuarios de las plataformas, sino también entre medios. Es por esto que es necesario explorar el concepto de hibridación medial que permite explicar cómo medios tradicionales y redes sociales coevolucionan, emergen y se amalgaman, formando una ecología mediática (Chadwick, 2017).

La conexión que se establece entre diferentes medios de comunicación, como son las redes sociales y otros medios tradicionales, potencialmente puede reunir diferentes usuarios que comparten intereses comunes (Doughty, Rowland & Lawson, 2012). Es más, debido al desarrollo de la web participativa, usuarios de plataformas de redes sociales ya no se perciben a sí mismos como simples espectadores o como parte de una audiencia pasiva fuera de la pantalla, ya que este tipo de interacciones ha permitido que se conciban como participantes activos de lo que sucede en la televisión (Anstead & O'Loughlin, 2011).

El fenómeno de integración de elementos de las redes sociales en las transmisiones televisadas ha sido abordado, principalmente, desde la perspectiva de los estudios de medios, donde el foco se encuentra en la relación entre los diferentes medios y cómo esto puede afectar la esfera política. El fenómeno del uso de las plataformas digitales mientras se ven programas de televisión con el fin de obtener información, participar, discutir y socializar, entre otros, se ha denominado la *second screen* (Gil de Zúñiga, García-Perdomo & McGregor, 2015), *two-screen* (Anstead & O'Loughlin, 2015) o *dual screening* (Vaccari, Chadwick & O'Loughlin, 2015). Esta práctica de *dual screening* ha sido analizada como un ejemplo de esta nueva ecología mediática en la que diferentes medios y géneros convergen y coevolucionan, creando nuevos géneros y formas de interacción, como las exploradas en este trabajo.

La interacción entre las plataformas de transmisión online y tradicionales ha abierto nuevos espacios en los que la discusión en estas puede tener consecuencias y provocar cambios en la arena política que afectan los procesos de toma de decisión. Para el análisis de textos de redes sociales vinculados con propaganda electoral televisiva es necesario dar cuenta de prácticas y procesos en los cuales diversos medios de comunicación entran en contacto y se relacionan.

El estudio de los textos generados en Twitter puede dar luces sobre cómo se lleva a cabo la justificación de puntos de vista relativos a eventos políticos. Como explican Halpern, Quintas-Froufe y Fernández-Medina (2020), los televidentes utilizan redes sociales para conocer opiniones de otros televidentes y expresar las suyas. Desde esta perspectiva, el estudio de esta práctica social puede contribuir a la exploración de prácticas en línea y la esfera pública digital en el contexto chileno, en cuanto a que puede proveer de información sobre cómo se debate y opina en estos contextos.

2. Datos y metodología del estudio

El análisis de estos conjuntos de tuits se llevó a cabo desde una perspectiva cualitativa, lo que permitió explorar en mayor profundidad los textos creados en este contexto político-mediático a partir de una muestra aleatoria de datos. Una aproximación cualitativa basada en el estudio de patrones lingüístico-discursivos permite identificar elementos que muchas veces se obvian en otros tipos de análisis

(Marwick, 2014), incorporando elementos contextuales y textuales a la interpretación de los datos.

Los datos analizados en esta investigación corresponden a tuits generados en dos periodos, el primero que abarca desde el 25 de septiembre hasta el 24 de octubre del 2020 correspondiente al plebiscito de entrada por una nueva constitución. El segundo periodo, corresponde a los textos generados entre el 4 de agosto de 2022 y el 4 de septiembre, relativos al plebiscito de salida del proceso constitucional llevado a cabo durante el año 2021. Estos datos se obtuvieron a través de una API (analytic.cl), que brinda acceso a datos históricos de Twitter, incluidos hashtags y palabras clave. Los datos fueron obtenidos en una hoja de cálculo, en la que se indican diversas características de los textos, como metadatos relacionados con la hora, el lugar, el idioma, entre otros.

Tabla 1. Caracterización del corpus.

Corpus	Fecha de recolección	Número de textos	Número de textos seleccionados
Plebiscito de entrada 2020 (PC2020)	25/09/2020 - 24/10/2020	48500	50
Plebiscito de salida 2022 (PC2022)	04/08/2022 - 04/09/2022	57661	50

Debido a la gran cantidad de datos producidos con la etiqueta seleccionada se extrajo aleatoriamente una muestra de 50 textos de cada conjunto de tuits. Los textos analizados en este trabajo, si bien se presentan como parte de un fenómeno mediático emergente como es el dual-screening, abordan procesos y problemáticas sociales propias de la investigación de los estudios críticos del discurso (KhosraviNik, 2017), por lo que esta aproximación parece propicia para poder dar cuenta de elementos que pueden ser interpretados política y contextualmente.

La muestra aleatoria se seleccionó a partir de la generación de una fórmula en la hoja de cálculo en la cual se encuentran almacenados los tuits. A partir de esta fórmula se genera un orden aleatorio de los tuits de ambos conjuntos de datos (PC2020 y PC2022). Posteriormente, se seleccionaron los 50 primeros textos de cada set de datos para su análisis en profundidad. De esta selección se eliminaron los textos considerados ‘no deseados’, por ejemplo, textos alusivos a publicidad de productos y emprendimientos, imágenes de connotación sexual no relacionada con el proceso estudiado, cuentas automatizadas de rating, entre otros. Además, se omitieron los textos reposteados y retuiteados sin comentarios de la misma selección, por lo cual se avanzó en la hoja de cálculo hasta obtener una muestra de 50 textos en total por conjunto. Estos procedimientos permitieron reducir la cantidad de datos a analizar. Una muestra más reducida permite realizar análisis de datos más detallados de los elementos textuales presentes en el corpus para poder comprender cómo estos se relacionan con factores contextuales y mediáticos emergentes.

El primer conjunto de tuits analizados corresponde a los textos relacionados a la franja electoral del plebiscito de entrada por una nueva constitución para Chile. En esta elección se presentaron a la ciudadanía dos papeletas, una que presentaba la pregunta: ¿Quiere usted una Nueva Constitución? cuyas alternativas eran: ‘Apruebo’ o ‘Rechazo’. En segundo lugar, se consultó a la ciudadanía sobre el mecanismo de redacción de la nueva constitución a partir de la siguiente pregunta ¿Qué tipo de órgano debiera redactar la Nueva Constitución? cuyas opciones fueron ‘Convención Constitucional’ o ‘Convención Mixta’. Considerando lo anterior, los textos analizados en esta sección responden a estas dos preguntas que fueron las presentadas en la franja electoral transmitida entre agosto y septiembre del 2020.

En el caso del plebiscito de salida, si bien se presentaron opciones idénticas al plebiscito del 2020 (Apruebo o Rechazo), la pregunta a la ciudadanía fue diferente: “¿Aprueba usted el texto de Nueva Constitución propuesto por la Convención Constitucional?” (BNC, 2023). En el caso de esta elección el resultado fue opuesto al plebiscito de entrada rechazando por un amplio margen el nuevo texto constitucional propuesto por una convención democráticamente electa.

En el análisis de los textos estos se presentan anonimizados, para disminuir potenciales riesgos de los participantes de la discusión política. Si bien estos datos son públicos, la anonimización contribuye a la protección de los usuarios de la red social. Posteriormente, en una segunda etapa del análisis, se identifican las diversas estrategias discursivas de legitimación. La legitimación, como se explicó anteriormente, se entiende en este trabajo como el proceso mediante el cual se utiliza el lenguaje para dar cuenta de que algo se vuelve aceptable en una sociedad (Hansson & Page, 2022). Como plantean Hansson y Page (2022) no existe un método lingüístico universal aplicable para la identificación de estrategias de legitimación en los diversos contextos léxico-gramaticales. Sin embargo, en este caso, se considera la identificación de elementos lingüístico-discursivos como la nominación, para la presentación de actores sociales, y la predicación, para la descripción de atributos (Wodak, 2011), estos sirven para identificar qué, quiénes y cómo son evaluados y de esta forma legitimados o no. Por ejemplo, en el caso de figuras públicas, el texto constitucional, entre otros, los cuales se valoran positiva o negativamente en los tuits.

A partir de la identificación de los elementos a evaluar, se clasificaron las dimensiones generales en cualquiera de las cuatro categorías de estrategias de legitimación propuestas por van Leeuwen (2007). Estas categorías son autorización, evaluación moral, racionalización y mitopoiesis. En primer lugar, está la ‘autorización’, en la cual la legitimación se lleva a cabo a partir de la referencia a la autoridad de la tradición, la costumbre o la ley, además de las personas a quienes se confiere la autoridad institucional. Van Leeuwen (2007) sostiene que existirían diversas formas de autorización, una relacionada con la costumbre, la cual puede ser expresada en relación con la tradición y la conformidad, otra relativa a la autoridad ya sea personal

(encarnada en actores sociales) o impersonal (relativa a leyes o regulaciones) y, finalmente, la autorización por reconocimiento ya sea de expertos o modelos a seguir.

En segundo lugar, se presenta la ‘evaluación moral’, en la cual la legitimación se presenta por referencia a discursos valorados cultural y socialmente. En este tipo de estrategias se distinguen tres categorías: la evaluación que se relaciona con atributos asignados a procesos, generalmente a través de adjetivos; la abstracción, que se refiere a la denominación de prácticas (o a una o más de sus acciones o reacciones componentes) en formas abstractas que ‘moralizan’ en relación con un modelo de valores y las comparaciones que se relacionan con analogías que permiten justificar llevar a cabo (o no) ciertas acciones.

En tercer lugar, se establece la ‘racionalización’ que se caracteriza por legitimar o autorizar por referencia a los fines y usos de la acción social institucionalizada, y a los saberes sociales que los dotan de validez cognitiva. Se distinguen principalmente dos tipos principales de racionalidad. La racionalidad instrumental, la cual legitima las prácticas en referencia a sus fines, usos y efectos y la racionalidad teórica que legitima prácticas por referencia a un orden natural de las cosas.

Finalmente, el autor caracteriza la ‘mitopoiesis’, que se describe como la legitimación transmitida a través de narrativas cuyos resultados recompensan las acciones legítimas y castigan las acciones no legítimas. En esta categoría, van Leeuwen (2007) distingue las categorías de relatos morales y relatos de advertencia. Los primeros, presentan a los protagonistas de estos relatos siendo recompensados por participar en prácticas sociales legítimas o por restaurar el orden legítimo. Los segundos, en cambio, transmiten lo que suceder si no se ajustan a las normas de las prácticas sociales conduciendo a finales infelices.

3. Resultados

A partir de la exploración de los textos generados en Twitter en relación con la franja electoral se pudieron establecer diversas estrategias en las interacciones entre usuarios de Twitter relativas a la franja electoral que permiten caracterizar elementos de esta práctica social. En esta sección se presentan los principales resultados del estudio propuesto en relación con las estrategias discursivas de legitimación en tuits relativos a las franjas electorales de los plebiscitos del año 2020 y 2022 en Chile.

Como se mencionó anteriormente, las estrategias de legitimación establecidas por van Leeuwen (2007) permiten dar cuenta de cómo los hablantes/escritores y en este caso, usuarios de la plataforma, justifican sus acciones en diversos campos de acción social para convencer a otros de su aceptabilidad. En esta instancia, principalmente, los usuarios utilizan las estrategias de legitimación para justificar sus opciones, ya sea Apruebo o Rechazo, en los eventos electorarios del 2020 y 2022. En relación con estas dos opciones se evalúa no solo el proceso político y social relativo al cambio

constitucional sino también las manifestaciones mediáticas relativas a esta en la transmisión de la propaganda electoral. A continuación, se presentan las principales estrategias utilizadas en cada corpus de estudio, a través de ejemplos, para posteriormente comparar ambos conjuntos de datos y observar si existen diferencias sustantivas entre las formas de justificación empleadas en los textos analizados.

3.1. Plebiscito Constitucional 2020 (PC2020)

En el análisis de los textos producidos en relación al plebiscito de entrada del 2020, se comprobó la aparición de las estrategias descritas por van Leeuwen (2007) entre las cuales las estrategias más recurrentes en este conjunto son la evaluación moral (16 ocurrencias), junto con las legitimaciones por autorización (16 ocurrencias), seguidas por la racionalización (12 ocurrencias) y, finalmente, la mitopoesis (6 ocurrencias).

En la muestra analizada, una de las principales formas de legitimación encontrada es la de evaluación moral, más específicamente, la de evaluación, que valora y dota de atributos a los procesos. En el caso de esta muestra, los procesos valorados, principalmente de forma negativa (en 11 de 16 ocurrencias) son el proceso constituyente, ya sea sus causas o características y la franja electoral en sí como pieza audiovisual e informativa relativa al plebiscito de 2020 como se observa en los siguientes ejemplos:

- (1) Horrible la franja del fracaso: miedo, ignorancia y falta de educación ciudadana.
#FranjaElectoral
- (2) Muy mala estrategia poner a parlamentarios en la franja desde Elizalde a Jiles
#FranjaElectoral
- (3) ¿Pueden las fuerzas armadas deliberar políticamente? Lo pregunto porque me caí de la silla al ver la franja anoche, auspiciaron dos spots por la opción [#Rechazo](#). Pero quizás estoy equivocado en mi reacción [#FFAA](#)
[#FranjaElectoral](#)
- (4) “VENCEREMOS Y SERÁ HERMOSO” 🙄 Estoy emocionada, en un mes haremos historia #FranjaElectoral

En el ejemplo (1) se puede observar que existe una evaluación explícita de la franja electoral de una de las opciones plebiscitarias, en este caso, se asemeja la palabra fracaso con rechazo para marcar la diferencia entre las opciones y, a su vez, dar cuenta de una preferencia por la otra opción. En este texto se evalúa negativamente la franja electoral de esa opción (“horrible”), presentando además los atributos presentes en la franja que permiten clasificarla de esa manera, como lo son el miedo, la ignorancia y la falta de educación expuesta en esta pieza televisiva.

Algo similar se observa en el segundo ejemplo, en el cual se califica negativamente la presencia de figuras políticas reconocibles en la franja electoral. En este caso, la evaluación de esa decisión es explícitamente clasificada como “mala”, lo cual se puede explicar en relación al desprestigio de las instituciones políticas durante el estallido social que desencadenó el proceso constituyente (Piscopo & Siavelis, 2020). En este caso se critica la estrategia utilizada en la franja televisada ya que no atendería a las demandas de la ciudadanía en relación al proceso de creación de una nueva constitución.

En el caso del tercer ejemplo (3), se presenta una evaluación que se relaciona con la franja electoral, ya que se cuestionan contenidos expuestos en esta, pero se vincula directamente con el proceso constituyente en sí. En este caso la valoración moral se ve reflejada en la expresión “me caí de la silla” que, si bien no está explícitamente descrito o valorado a través de adjetivos, sí expresa sorpresa de forma negativa ante un elemento del proceso, que sería la deliberación por parte de las fuerzas armadas.

Finalmente, en el ejemplo (4) se presenta, al igual que en el texto anterior, una referencia a la franja electoral a través del uso de una cita directa a los contenidos televisados “venceremos y será hermoso”, pero centra su atención en el proceso electoral en sí al evaluar positivamente el proceso a través de una abstracción, en la cual la elección se erige como un proceso trascendental y transformador a través de la expresión “haremos historia”. Además, incluye en el texto un emoji, que sirve para reforzar la idea de la emoción relacionada al proceso de cambio. Como se estableció en los ejemplos, los usuarios evalúan, en su mayoría, negativamente los procesos y actores presentados en la franja, deslegitimando la opción mencionada.

Otra de las estrategias utilizadas por los usuarios en la muestra estudiada es la de autorización, la cual se refiere a la legitimación de acciones a partir de la autoridad de diversos actores y procesos sociales, como lo son la costumbre, la ley o las personas a las cuales se les confiere cierta autoridad ya sea por experticia o modelo a seguir. En el caso de este corpus, el tipo de autorización más frecuente fue el relacionado con actores sociales principalmente, legitimados a partir de sus experiencias personales como se presenta en los siguientes ejemplos:

- (5) Fabiola Campillai y Gustavo Catica me llenan de esperanza\\#Apruebo y #ConvencionConstitucional\\#FranjaElectoral
- (6) Carmen Frei diciendo las cosas como son en la [#FranjaElectoral](#), su padre Eduardo Frei Montalva se opuso a la Constitución de Pinochet y lo MATARON. Así es la derecha, así es la gente que rechaza. [#Apruebo](#) [#ConvenciónConstitucional](#)
- (7) Mi papi 71 años que esta cojo va a ir a votar el 25O\\Si él va, usted también. Es la oportunidad de cambiar este país. #FranjaElectoral

En los ejemplos anteriores se observan diversas formas de autorización para la legitimación de acciones, principalmente basados en la experiencia personal de cada una de las figuras embestidas con esta autoridad. En el ejemplo (5) se observa que se incluyen dos figuras públicas del estallido social en 2019, como son Fabiola Campillay y Gustavo Gatica, estos actores sociales contribuyen a la legitimación de la opción apruebo incluida en la etiqueta del texto. Tanto Gatica como Campillay se han considerado como símbolos de las víctimas de la represión policial durante las movilizaciones de octubre de 2019, contexto en el cual fueron cegados por la policía (Cayuqueo, 2020). En este caso, el testimonio de Gatica y Campillay ayudan a justificar la elección de una de las opciones plebiscitadas a través de la autoridad que transmiten en la franja electoral en la que participaron.

En el caso del texto (6) se presenta una figura política que sirve para justificar la opción del apruebo a partir de la experiencia de Carmen Frei y su padre, el presidente Eduardo Frei Montalva, notorio opositor al cambio constitucional de la dictadura de Pinochet, quien convocó en su momento una asamblea constituyente para la creación de una nueva carta magna para Chile (Heiss, 2020). En este texto, el testimonio de Carmen Frei contribuye a legitimar la opción Apruebo además de contrastar con la opción contraria del Rechazo atribuyéndole la muerte de Frei Montalva por su oposición a la constitución impuesta por la dictadura cívico militar.

Otro tipo de autorización observada en el corpus se ejemplifica en el texto (7) en el cual se presenta la legitimación a través de la autoridad de un modelo a seguir como lo sería una persona mayor que a pesar de las dificultades cumple con su deber cívico de votar para poder realizar cambios. En este caso, el acto de participar en el proceso electoral, a pesar de la adversidad, se considera un modelo a replicar por otros usuarios, interpelando directamente a otros (“Si él va, usted también”), por lo que justifica la participación en las elecciones.

Otra de las estrategias de legitimación identificadas en este conjunto de datos es la racionalización, la cual se refiere a argumentos validados cognitivamente o que se justifican a través de sus fines y efectos. De este tipo de estrategias se identificaron 12 casos en el corpus relativo a la elección del 2020. Los siguientes textos permiten ejemplificar estas estrategias:

(8) Argumento de la convención mixta es que conviene porque es más “barato”... pero se sabe que lo barato... sale caro....

(9) Tengo 28 y no estoy casado pq en Chile con la constitución de la dictadura existen ciudadanos de primera y segunda categoría, el matrimonio y la adopción es solo para unos pocos. Apruebo para construir un Chile donde todas y todos tengamos los mismos derechos #FranjaElectoral

Como se presenta en el ejemplo (8) este texto apunta a los argumentos presentados por la franja de la opción Convención Mixta en la cual presentan que los gastos de ese tipo de órgano de redacción constitucional serían inferiores a los de una convención constitucional con todos sus miembros electos para ese propósito. En este caso se utiliza la racionalización como estrategia para justificar la elección de una convención constitucional refutando el argumento apelando al orden natural de las cosas, a través de un dicho que expresa el saber popular, para dar cuenta de la falla en ese razonamiento a través de la expresión “lo barato sale caro”.

En el siguiente ejemplo (9) se presenta, por otra parte, una legitimación de la opción Apruebo a partir de la validez del argumento presentado por la franja de la opción contraria. En este caso, se presenta la refutación de las razones presentadas por el rechazo en relación al matrimonio como opción de realización personal. A partir de esto el usuario da cuenta del efecto de la constitución de los 80 que no consagra el matrimonio entre personas del mismo sexo. Este efecto de la aplicación de la ley sería mencionada para dar cuenta que la opción Apruebo sí permitiría la igualdad ante la ley, de esta forma se legitima la adopción de una de las dos opciones presentadas en la franja electoral.

Dentro de las estrategias observadas en el corpus relativo a textos se encuentra también la mitopoiesis, la que se caracteriza por la utilización de narraciones que son capaces de justificar las acciones, por ejemplo, que ciertas acciones sean recompensadas y otras castigadas. En el caso de este corpus se identificaron textos que hacen referencia a periodos de la historia reciente de Chile que sirven como narrativas compartidas por la sociedad chilena que dan cuenta de efectos de determinadas acciones en ámbito sociopolítico chileno.

(10) No fueron 30 pesos, fueron 30 años y faltan solo 30 días...#Apruebo
#AprueboChileDigno...

(11) Hay que hacer una comparación con la franja rechazo y la propaganda de derecha pal 88 #FranjaElectoral

En el texto (10) se presenta una estrategia de legitimación relacionada a una consigna en el proceso del estallido social en Chile, relativa a los 30 años de transición a la democracia, periodo en el cual se profundizaron las desigualdades del modelo impuesto durante la dictadura. El proceso de transición a la democracia se considera desde 1989, con el fin de la dictadura, considerando los gobiernos de la Concertación de partidos por la democracia, los cuales perpetuaron el sistema subsidiario en el país. En este caso se considera esta como una narrativa, debido a que da cuenta de elementos conocidos por la ciudadanía en Chile en los que existiría un desenlace conocido con determinadas consecuencias, por ejemplo, perpetuar este periodo conlleva una efervescencia social (Llanos & Aceituno, 2021).

De forma similar se constituye la segunda estrategia observada en el ejemplo (11), en esta, la narración que se recobra para justificar la acción social es el plebiscito de 1988, que puso fin a la dictadura cívico militar (Simón-Salazar, 2018). En este plebiscito se consultó sobre la continuidad de Augusto Pinochet como jefe de estado, donde las opciones fueron Sí y No. Este suceso eleccionario, y en especial su franja electoral, constituyen parte del patrimonio político y cultural del país, en el cual un proceso eleccionario terminó de forma pacífica con la dictadura de Pinochet (Simón-Salazar, 2018). Como plantea Simón-Salazar (2018), la franja de 1988 se concibe como un artefacto mediático de la cultura política en Chile, que presenta diferentes visiones del periodo. De esta forma el texto presentado justifica la campaña política del plebiscito del 2020 teniendo como referencia el del 1988, considerando los resultados eleccionarios de ese momento que podrían ser extrapolables a los del plebiscito de entrada.

Como se observó en los ejemplos, los tuits analizados muestran las diversas formas que utilizan los usuarios de Twitter para justificar y validar sus posturas, principalmente en relación con las opciones plebiscitadas, presentando el Apruebo y el Rechazo como opciones socialmente aceptables a partir de diversas estrategias.

3.2. Plebiscito Constitucional 2022 (PC2022)

Al igual que en la selección relativa al primer conjunto de datos (PC2020) se observó que la estrategia de legitimación más ocurrente fue la de evaluación moral con 26 casos clasificados como tal, muy por debajo de esta, le siguen las estrategias de autorización con 10 casos identificados, seguidos de las estrategias de racionalización y mitopoiesis con siete ocurrencias cada una. Si bien se mantienen ciertas tendencias, en el caso de esta muestra (PC2022) se identifican más prominentemente las evaluaciones relativas a la moral que en la muestra anterior.

Como se mencionó, la categoría más frecuente en esta muestra es la de evaluación moral en la cual se evalúan diversos elementos relativos al plebiscito, tanto actores del proceso, la franja electoral como la cápsula propagandística y los procesos de deliberación política plasmados en el texto como se presentan en los siguientes ejemplos:

- (12) La franja del rechazo es pura tristeza y miedo, como la del SÍ. El toque de comedia hoy se lo dieron el sheriff Gaspar Rivas y el tributo a Falabella de amarillos por Chile. #franjaelectoraL
- (13) Recuerdo a la \"amorosa\" T3r3, en la CC, ninguneando, tratando con garabatos y demostrando un odio tremendo hacia el proceso al cual solo fue a molestar y despreciar. Busquen cuando al secretario le mostró la lengua por que se le recordó el uso correcto de mascarilla #franjaelectoraL

- (14) Increíble como el motor que tiene es dividirnos, es re sentimiento y odio. Siempre he votado centro izquierda y hoy rechazo para escribir una que nos una. #RechazoPorChile #amarillos #franjaelectoraL
- (15) Oye, vergonzoso el spot del trans que ejerce la prostitucion del rechazo, súper violento y no tiene nada que ver con votar rechazo #franjaelectoraL

En los ejemplos anteriores se pueden observar diversas formas de evaluación moral relativa al proceso constituyente. En el primer texto (12) se puede identificar una evaluación en términos de valoración negativa de la franja electoral la que se valora como “pura tristeza y miedo” comparándola con la del plebiscito de 1988, más específicamente con la de la opción Sí. En este caso, como en anteriores, se equipara la opción Rechazo a la opción Sí en este proceso eleccionario, ya que ambos darían cuenta de la continuidad del modelo impuesto por la dictadura, uno plasmado en la constitución de los 80 y el otro con el mantenimiento del régimen de Pinochet. De igual forma, en este texto, se presentan otras evaluaciones negativas relativas a diversos extractos de la franja, ya que la comicidad no sería un aspecto valorado positivamente en relación con procesos democráticos, como lo serían la sección de un diputado caracterizado como sheriff y la comparación de una sección con publicidad de una casa comercial.

En el ejemplo (13) se presenta una evaluación, pero esta vez relativa a un actor social particular, la convencional constituyente Teresa Marinovich, la que se hizo particularmente conocida por insultar la convención y a sus participantes en un punto de prensa. En este texto se le caracteriza irónicamente con el atributo ‘amorosa’, agregando comillas para explicitar esto, lo que se contrapone con el comportamiento descrito en el mismo texto. De esta forma se evalúa de manera negativa su participación en el proceso al cual “fue a molestar y despremiar”, denostando la institucionalidad.

En el texto (14) se evalúa el proceso constitucional de manera negativa a partir de diversos atributos de este como serían un proceso que buscaría “dividirnos”, cargado de “re sentimiento” y “odio” lo que llevaría al usuario a cambiar su posición para rechazar el proceso. En este caso, además se incluye el lema de una colectividad que surge en pos de esta opción plebiscitada “una que nos una”, caracterizado por ser una asociación de figuras políticas asociadas a la centro-izquierda. Esta evaluación se refuerza con otro tipo de estrategia, de racionalización, en la cual el usuario que plantea que “Siempre he votado centro izquierda y hoy rechazo”, legitimando a partir del proceso evaluado negativamente la contradicción entre una postura de centroizquierda política con la opción Rechazo.

En el ejemplo (15) se presenta una evaluación moral en relación con el spot propagandístico de la opción Rechazo, en el cual se evalúa la franja. La evaluación negativa de la representación de los contenidos de esta opción los cuales se

caracterizan como “vergonzoso” y “súper violento”. Además, en este caso se presenta la desconexión que existiría en relación con los contenidos de la franja televisiva con la opción representada.

Como se observó en los ejemplos anteriores, la evaluación moral como estrategia de legitimación refiere a discursos de ambas opciones plebiscitadas y variados contenidos, como el proceso constituyente y la franja en sí. Este tipo de estrategias serviría para dar a conocer una postura en relación al plebiscito y justificar esta elección.

Otra de las estrategias utilizadas por los usuarios en los textos es la de autorización, la que presenta como una estrategia de legitimación referente a la autoridad de diversos actores sociales presentes en el discurso. En el caso de esta muestra se encontraron 10 casos de este tipo, los que refieren principalmente a figuras públicas presentes en las franjas, como se observa en los siguientes ejemplos:

(16) Raúl Zurita: La Nueva Constitución es amor a Chile. #Apruebo #AprueboXAmor #FranjaElectoral #LaFranjaDelApruebo.

(17) Que hermoso ver a Michelle Bachelet en la #FranjaElectoral a la hora de almuerzo  ; #Apruebo4deSeptiembre? <https://t.co/PrNFUHdRjg>

El texto (16) presenta una forma de autorización en la que citan directamente las palabras de un personaje público, en este caso un poeta, transmitidas en la franja. A esto se suman las etiquetas que mostrarían la adhesión a la opción Apruebo con las etiquetas “#Apruebo #AprueboXAmor #FranjaElectoral #LaFranjaDelApruebo”. En este caso se consideró la reproducción del discurso de Zurita en la franja electoral como una forma de legitimación de la opción representada. La elección de la opción Apruebo en este caso es respaldada a través de la intervención de Zurita en la franja como un personaje público relevante y apreciado por el usuario.

Un caso similar muestra el ejemplo (17) en el cual se presenta otro personaje de autoridad en la franja, Michelle Bachelet, expresidenta de Chile que se valora positivamente a través de recursos verbales (“que hermoso”) y visuales, como en el caso del emoji de corazón. La inclusión de la expresidenta justificaría la elección de una de estas opciones. De esta forma, la presencia de Michelle Bachelet legitima la opción respaldada por la expresidenta y que es presentada en el texto por la etiqueta #Apruebo4deSeptiembre. Como se observó en los ejemplos anteriores la presencia de actores públicos en la franja justificaría la elección de una de las opciones a partir de la autoridad de los personajes de ámbitos políticos y culturales.

De igual forma, dentro de las estrategias encontradas en la muestra se encuentra la racionalización. Como se presentó anteriormente, esta estrategia sirve para justificar las acciones mediante sus fines y efectos, además de su validez cognitiva. En la

muestra de este corpus se presentaron siete ocurrencias de este tipo de legitimación en relación a la franja del plebiscito de salida.

- (18) Estoy viendo la franja y el PDG cita el artículo 299 diciendo que las fuerzas armadas no podrán actuar frente a la inmigración descontrolada. What the fuck? Tengo el texto al frente, cómo tan descarados para mentir?
#AprueboCrece #FranjaElectoral
- (19) La franja del rechazo llena de lugares comunes e interpretaciones falsas del texto constitucional, sin especificar en qué artículo aparece lo que se critica.
#franjaelectoral

Como se observa en el ejemplo (18) el usuario releva la contradicción presente en los contenidos televisados en relación al texto constitucional. Este ejemplo muestra a partir de la contraposición de los dos textos, el audiovisual de la franja y escrito de la constitución una falla en el argumento expuesto en la televisión por el Partido de la Gente (PDG) por el Rechazo a la nueva constitución. Esta contradicción es presentada como justificación para escoger la opción Apruebo, la cual se explicita a través de la etiqueta #AprueboCrece.

Algo similar sucede en el caso (19) en el cual se presenta la franja electoral de la opción Rechazo como argumentativamente defectuosa ya que presentaría imprecisiones, interpretaciones falsas y falta de evidencia para respaldar su postura. De esta manera, si bien el usuario no explicita una adhesión a ninguna de las opciones sí presenta su aversión a la presentación de la opción rechazo.

Finalmente, dentro de las estrategias de legitimación presentadas por van Leeuwen (2007) está la de mitopoiesis, que al igual que la estrategia de racionalización obtuvo siete ocurrencias en la muestra analizada de esta elección. La mitopoiesis se refiere específicamente a las justificaciones realizadas a través de diversas narrativas que establecen ciertos marcos de acción conocidos culturalmente.

- (20) Las canciones del apruebo que hablan de crecimiento y felicidad me recuerdan a las del si del plebiscito del 88.. #franjaelectoral
- (21) Impresionante. La franja del si REPITE EXACTAMENTE lo q el RETRAZO dice. Las mismas palabras. Han pasado 34 años y está gente repite sus mantras s/ningún contenido sustantivo. No tienen ideas, propuestas, nada. No evolucionan y creen q repetir la cantinela los ayudará.
#Aprobamos

Como se presenta en los ejemplos (20) y (21), se establece un paralelismo entre la franja electoral del plebiscito de salida por una nueva constitución con el plebiscito de 1988 con el que Chile volvió a establecer un régimen democrático, después de 17 años de dictadura. En este caso se consideró este evento histórico como una narración

relativa a las campañas electorales en Chile, en la cual a partir de un proceso eleccionario el país volvió a tener elecciones libres y estableció un régimen democrático. La campaña del Sí/No en 1988 fue la primera campaña electoral en tener un espacio televisado oficial (Simón-Salazar, 2018) en Chile, por este motivo, es particularmente relevante en términos no solo políticos, sino mediáticos y culturales. En términos de la estrategia, la mitopoiesis en este caso serviría como antecedente de un plebiscito en la cual dos opciones se enfrentan por la continuidad o cambio del régimen imperante. En los casos explorados se presenta una comparación entre procesos, en los cuales, el plebiscito de 1988 sirve como marco de acción conocido para justificar el proceder. En los ejemplos anteriores, se presenta la franja del rechazo (“RETRAZO”) como equivalente a la del SÍ del 88 que apostaban por la continuidad de los regímenes imperantes, los que son usados como forma de legitimar la opción contraria, optando por el cambio. De igual manera se muestra la equivalencia de la franja del apruebo con la opción ganadora en ese plebiscito, que fue el NO, a partir de cualidades positivas como serían el “crecimiento y felicidad” proyectado en sus canciones.

Como se observó en los ejemplos presentados, si bien los usuarios utilizan diversas estrategias, estas se concentran principalmente en la evaluación ya sea positiva o negativa de diversos actores y procesos sociales asociados al proceso constituyente y a la propuesta de nueva constitución redactada por la convención. Este tipo de estrategias servirían a los usuarios para justificar su opción frente al plebiscito de salida que, a diferencia del plebiscito anterior, evalúa una propuesta concreta y no solo la idea de un cambio constitucional.

CONCLUSIONES

Como primer hallazgo se establece que los usuarios de Twitter utilizan diversas estrategias para legitimar su opción y acciones en relación con los plebiscitos de entrada y salida por una nueva constitución para Chile. Los datos de la muestra aleatoria presentan diversas posturas relativas al proceso electoral chileno del año 2020 y 2022, y también variadas apreciaciones en torno a la franja electoral como producto político y mediático en el contexto nacional.

Los ejemplos muestran que la franja electoral se puede constituir como un punto de partida para la discusión política en torno a los procesos eleccionarios, ya que genera múltiples y variadas interacciones. En los textos se observa que los usuarios de redes sociales integran elementos de la franja en sus intervenciones y, de esta forma, ampliarían el rango de alcance de esta, entre usuarios que no necesariamente ven la propaganda a través de la televisión. Este tipo de prácticas permitiría la integración de diversos medios y fuentes de información para los usuarios en este contexto sociopolítico. Este tipo de análisis permite, con esto, ampliar el desarrollo de los estudios del dual-screening y el sistema híbrido de medios, ya que presenta evidencia

de la interacción presente en este tipo de prácticas, en la cual no solo se comenta o se discute acerca de la franja televisada, como un debate paralelo o secundario, sino que se constituye como un lugar de encuentro y desencuentro en relación a procesos electorarios y el debate político en general.

Ambas muestras presentan diversas estrategias de legitimación descritas en la literatura (van Leeuwen, 2007) que pretenden justificar la adhesión a una determinada opción en el proceso constituyente a partir de diversos factores, como son el proceso electoral, la franja televisiva, el texto constitucional, entre otros. Si bien en este caso no se evaluó la preponderancia de cada opción plebiscitada, a partir del análisis se pueden observar ciertas diferencias entre ambas muestras en relación a las estrategias utilizadas. Por ejemplo, en la muestra del corpus referente al plebiscito de entrada (PC2020) se observa una distribución más variada de las estrategias de legitimación a diferencia del plebiscito de salida (PC2022), en el cual la evaluación moral es, por lejos, la estrategia más preponderante. Esto se puede interpretar debido a que existirían más elementos que podrían ser sujetos a una evaluación moral para justificar una acción que en el primer caso, tales como convencionales constituyentes, el proceso de redacción y el texto mismo, ya que en el plebiscito de salida se presentó una propuesta de texto constitucional creado por una convención constitucional que fue sujeta a escrutinio, a diferencia del primer proceso en el cual se presenta la posibilidad de creación de una nueva constitución y el mecanismo para su redacción, en este caso, las convenciones mixtas y constitucionales.

Como se observa en los ejemplos, la evaluación moral se basa principalmente en valoraciones personales de los usuarios en relación con el debate político en general, dentro de los que se consideran los contenidos televisados en la franja, pero también otro tipo de elementos evaluados como lo son diversos actores de la esfera política y procesos sociales.

En relación a la estrategia de autoridad, esta se centra principalmente en figuras públicas que aparecen dando su testimonio en la franja, las cuales, generalmente, se valoran de forma positiva y sirven para justificar la adhesión a una opción en particular. La autoridad que se observa en estos casos se relaciona principalmente con la experiencia de los participantes, como en el caso de Fabiola Campillay, Gustavo Gatica, víctimas de la represión policial durante el estallido social, el caso de Carmen Frei, hija del expresidente asesinado por la dictadura cívico-militar o en el caso de la expresidenta Michelle Bachelet. En los casos explorados, se podría considerar que la experiencia de estos actores públicos/políticos frente a la represión estatal los erige como figuras de autoridad, tanto en el contexto de la dictadura cívico-militar como en los acontecimientos sociopolíticos recientes. Los testimonios y argumentos brindados por figuras públicas en la franja electoral servirían a los usuarios para valorar y legitimar sus posturas en relación con el proceso.

La estrategia de racionalización, por otra parte, se constituye en esta muestra a partir, en mayor medida, del cuestionamiento a los argumentos difundidos por las opciones contrarias a la postura adoptada por el usuario. Como se observó en los ejemplos anteriores, los usuarios señalan contradicciones, falacias, entre otros, presentando disonancias en lo que van Leeuwen (2007) considera el orden natural de las cosas que responde a la lógica, este tipo de estrategia desacredita de cierta forma a la opción contraria justificando el actuar de los usuarios en pos de determinada elección en este contexto. Esta estrategia da cuenta de conocimiento que es parte del conocimiento social y se refiere a “cómo son las cosas”. Esas ‘cosas’ terminan siendo racionales e identificadas con lo correcto a través de un proceso de ‘naturalización’, como en estos casos a partir del uso de las inferencias lógicas que se proveen como argumento.

En cuanto a la estrategia de mitopoiesis, se observa el uso de narrativas conocidas por los usuarios en ambos corpora. Principalmente, esta estrategia está relacionada con otros procesos de cambio en Chile, como lo son la dictadura cívico-militar y el plebiscito de 1988. Estos dos eventos se constituyen como las principales narrativas que se relacionan con los procesos electorarios del 2020 y el 2022. El plebiscito de 1988 y su respectiva franja electoral se erigen como marcos de acción que impulsan determinadas acciones, como sería en este caso, llevar a cabo un cambio en el régimen imperante al aprobar una nueva constitución para Chile. La narración relativa al plebiscito del 88, en los textos de este corpus, reafirmaría el compromiso democrático de diversos grupos que participaron en este proceso, en relación con los cambios en la organización social y política del país.

Como se presentó en las secciones anteriores, este tipo de análisis permite explorar, en cierta medida, cómo se debate en relación con la franja electoral televisiva, pero también en torno al proceso constituyente chileno. A partir de los datos, se podría establecer que los usuarios tienden a justificar sus posturas políticas en estos medios a través de diversas estrategias, lo que incentiva el debate político y la deliberación pública en estos contextos mediáticos, ya que no solo presentan sus posturas, sino que también las legitiman discursivamente de diversas formas, siendo las más prevalentes, la evaluación moral y la autorización, siendo la primera, el más prevalente en el segundo periodo.

Este trabajo se presenta como una primera aproximación al estudio de tuits relativos a las franjas electorales y a procesos electorarios en el contexto chileno. Este tipo de trabajo se beneficiaría de otras aproximaciones cuantitativas desde una perspectiva lingüística para abarcar una mayor cantidad de datos y de esa forma proveer más información sobre la totalidad de los datos, incluyendo, además, metadatos. En el mismo sentido, se pueden considerar para el análisis otros marcos conceptuales para el estudio discursivo de los textos producidos en este contexto,

como lo es la Teoría de la Valoración (*Appraisal*) (Martin & White, 2005) que permitiría explorar elementos léxico-gramaticales asociados a esta práctica discursiva.

Si bien los usuarios debaten en relación con los procesos eleccionarios y sociales, muchas veces este tipo de intervenciones se mantienen aisladas en este tipo de contextos políticos altamente polarizados, por lo que finalmente el debate público entre diversas posturas no se lleva a cabo (Giglietto, Valeriani, Righetti & Marino, 2019). El análisis de este tipo de datos puede informar sobre estos fenómenos, en los cuales la polarización entre posturas puede darse debido al carácter dicotómico de la elección en donde se oponen no solo dos opciones sino dos visiones de país contrastables.

Considerando lo anterior, este tipo de investigaciones se puede concebir como un punto de entrada (Jessop, 2004) para la comprensión de fenómenos sociales complejos, como lo son los procesos eleccionarios y las transformaciones profundas en los modelos de desarrollo de las naciones. El estudio de los discursos generados en estos contextos puede aportar a comprender un proceso eleccionario inédito en la historia de Chile, a través de la exploración de las justificaciones de los usuarios en relación con el cambio constitucional, y que deja, hasta el momento de la escritura de este artículo, diversas interrogantes en cuanto a los cambios políticos y sociales en el país, que aún no termina por elegir y construir su camino.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Anstead, N. & O'Loughlin, B. (2011). The Emerging Viewertariat and BBC Question Time: Television Debate and Real-Time Commenting Online. *The International Journal of Press/Politics*, 16(4), 440-462. DOI: <https://doi.org/10.1177/1940161211415519>
- Anstead, N. & O'Loughlin, B. (2015). Two-Screen Politics: Evidence, Theory and Challenges. En S. Coleman & D. Freelon (Eds.), *Handbook of Digital Politics* (pp. 306-322). Cheshire: Edward Elgar. DOI: <https://doi.org/10.4337/9781782548768.00027>
- BCN (2023, 5 de enero). *Proceso Constituyente*. Recuperado desde <https://www.bcn.cl/procesoconstituyente>
- Cayuqueo, P. (2020). Prólogo: Una ruca donde quepamos todos y todas. *Anuario del Conflicto Social*, 11. DOI: <https://doi.org/10.1344/ACS2020.11.1>
- CNTV (2020). Evaluación de la Franja Plebiscito 2020. Consejo Nacional de Televisión [en línea]. Disponible en: <https://www.cntv.cl/wp-content/uploads/2020/11/Franja-Plebiscito-Evaluacion-y-Ratings-1.pdf>

- CNTV (2021). Evaluación de la Franja Plebiscito 2021. Consejo Nacional de Televisión [en línea]. Disponible en: <https://www.cntv.cl/wp-content/uploads/2021/10/Franja-Plebiscito-Evaluacion-y-Ratings.pdf>
- Chadwick, A. (2017). *The Hybrid Media System: Politics and Power*. Nueva York: Oxford University Press.
- Doughty, M., Rowland, D. & Lawson, S. (2012). Who is on Your Sofa? TV Audience Communities and Second Screening Social Networks. Proceedings of the 10th European Conference on Interactive Tv and Video–EuroITV’ 12, 79. DOI: <http://doi.org/10.1145/2325616.2325635>
- El Mostrador (4 de septiembre de 2022). Tendencia en redes sociales sigue sumando menciones al Apruebo. *El Mostrador*.
- Flowerdew, J. & Richardson, J. E. (2018). (Eds.). *The Routledge Handbook of Critical Discourse Studies*. Londres: Routledge
- Giglietto, F., Valeriani, A., Righetti, N. & Marino, G. (2019). Diverging Patterns of Interaction Around News on Social Media: Insularity and Partisanship During the 2018 Italian Election Campaign. *Information, Communication & Society*, 22(11), 1610-1629. DOI: <https://doi.org/10.1080/1369118X.2019.1629692>
- Gil de Zúñiga, H., Garcia-Perdomo, V. & McGregor, S. C. (2015). What is Second Screening? Exploring Motivations of Second Screen Use and Its Effect on Online Political Participation. *Journal of Communication*, 65(5), 793-815.
- Halpern, D., Quintas-Froufe, N. & Fernández-Medina, F. (2020). Interacciones entre la Televisión y su Audiencia Social: Hacia una Conceptualización Comunicacional. *Profesional De La Información*, 25(3), 367-375. DOI: <https://doi.org/10.3145/epi.2016.may.06>
- Hansson, S. & Page, R. (2022). Corpus-Assisted Analysis of Legitimation Strategies in Government Social Media Communication. *Discourse & Communication*, 16(5), 551-571. DOI: <https://doi.org/10.1177/17504813221099202>
- Hansson, S., Page, R. & Fuoli, M. (2022). Discursive Strategies of Blaming: The Language of Judgment and Political Protest Online. *Social Media + Society*, 8(4), 20563051221138750. DOI: <https://doi.org/10.1177/20563051221138753>
- Heiss, C. (2020). *¿Por qué necesitamos una nueva constitución?*. Santiago: Aguilar.
- Jessop, B. (2004). Critical Semiotic Analysis and Cultural Political Economy. *Critical Discourse Studies*, 1(2), 159-174. DOI: [10.1080/17405900410001674506](https://doi.org/10.1080/17405900410001674506)

- KhosraviNik, M. (2017). Social Media Critical Discourse Studies (SM-CDS). En J. Flowerdew & J. Richardson (Eds.), *Handbook of Critical Discourse Studies* (pp. 582-596). Londres: Routledge.
- Larsson, A. O. (2013). Tweeting the Viewer – Use of Twitter in a talk show context. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 57(2), 135–152. <http://doi.org/10.1080/08838151.2013.787081>
- Latzko-Toth, G., Bonneau, C. & Millette, M. (2017). Small data, thick data: Thickening strategies for trace-based social media research. En: Sloan, L. & Quan-Haase A. (Eds.), *The SAGE Handbook of Social Media Research Methods* (pp. 199-214). Thousand Oaks: SAGE
- Lee, C. (2020). Doxxing as Discursive Action in a Social Movement. *Critical Discourse Studies*, 19(3), 326-344. DOI: <https://doi.org/10.1080/17405904.2020.1852093>
- Llanos, C. & Aceituno, D. (2021). ¡No son 30 pesos, son 30 años! Chile (1989-2019) ¿Los fracasos de la transición y el modelo económico chileno? *Millars. Espai i Història*, 43-76.
- Martin, J. R. & White, P. R. (2005). *The Language of Evaluation*. Londres: Palgrave Macmillan.
- Marwick, A. (2014). Ethnographic and Qualitative Research on Twitter. En K. Weller, A. Bruns, C. Puschmann, J. Burgess & M. Mahrt (Eds.), *Twitter and Society* (pp. 109-122). Nueva York: Peter Lang.
- Morales-Quiroga, M. (2020). Estallido social en Chile 2019: Participación, representación, confianza institucional y escándalos públicos. *Análisis Político*, 33(98), 3-25. DOI: <https://doi.org/10.15446/anpol.v33n98.89407>
- Palacios-Valladares, I. (2020). Chile's 2019 October Protests and the Student Movement: Eventful Mobilization?. *Revista de Ciencia Política (Santiago)*, 40(2), 215-234. DOI: <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-090X2020005000106>
- Page, R., Barton, D., Unger, J. & Zappavigna, M. (2022). *Researching Language and Social Media: A Student Guide*. Londres: Routledge.
- Piscopo, J. M. & Siavelis, P. M. (2021). Chile's Constitutional Moment. *Current History*, 120(823), 43-49. DOI: <https://doi.org/10.1525/curh.2021.120.823.43>
- Reyes, A. (2011). Strategies of Legitimization in Political Discourse: From Words to Actions. *Discourse & Society*, 22(6), 781–807. <https://doi.org/10.1177/0957926511419927>

- Simón-Salazar, H. (2018). *Television, Democracy, and the Mediatization of Chilean Politics*. Lanham (Maryland): Lexington Books. ISBN: 978-1-4985-5954-6.
- Uribe, R., Buzeta, C., Manzur, E. & Pefaur, N. (2018). Desgastada pero aún efectiva: Examinando los datos de audiencia de la franja electoral presidencial chilena (1999-2017). *Cuadernos.info*, 43, 181-199. DOI: <https://doi.org/10.7764/cdi.43.1223>
- Vaccari, C., Chadwick, A. & O'Loughlin, B. (2015). Dual Screening the Political: Media Events, Social Media, and Citizen Engagement. *Journal of Communication*, 65(6), 1041-1061. DOI: <http://doi.org/10.1111/jcom.12187>
- van Leeuwen, T. (2007). Legitimation in Discourse and Communication. *Discourse & Communication*, 1(1), 91-112. DOI: <https://doi.org/10.1177/1750481307071986>
- Vásquez, C. (2022). *Research Methods for Digital Discourse Analysis*. Londres: Bloomsbury.
- Vargas, P. (2022). Modelo matemático predictivo a 15 días del Plebiscito: Apruebo 51,73% y Rechazo 48,27%. *El Desconcierto*.
- Ventura, A.S. (2016). Argumentación y discurso político en Twitter. Análisis de la campaña presidencial argentina 2011. *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*, 69, 39-66 [en línea]. Disponible en: <http://apostadigital.com/revistav3/hemeroteca/asuray1.pdf>
- Wodak, R. (2011). *The Discourse of Politics in Action: Politics as Usual*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Wodak, R. & Meyer, M. (2016). *Methods of Critical Discourse Studies*. Londres: SAGE.