



UNIVERSITAT  
POLITÈCNICA  
DE VALÈNCIA



TESIS DOCTORAL

**Análisis comparativo de las estrategias  
metadiscursivas en los comentarios de noticias en  
la prensa digital española y chilena**

REALIZADA POR: PATRICIO MOYA MUÑOZ

DIRIGIDA POR: MARÍA LUISA CARRIÓ-PASTOR

Junio 2016



## AGRADECIMIENTOS

Quisiera agradecer, en primer lugar, al Programa de Formación de Capital Humano Avanzado de la Comisión Nacional de Ciencia y Tecnología (Conicyt) dependiente del Ministerio de Educación de Chile por financiar gran parte del desarrollo de esta investigación. Asimismo, quiero expresar mi agradecimiento a mi directora, la doctora María Luisa Carrió-Pastor, directora del Departamento de Lingüística Aplicada de la Universitat Politècnica de València, por su confianza, guía, consejo y, sobre todo, apoyo incondicional a la labor que me encontraba realizando; sin sus palabras de aliento y preocupación, desde un punto de vista humano, este trabajo no se hubiera llevado a cabo con éxito. Además, quiero agradecer a todos mis amigos que conocí en Valencia, quienes, a su manera, ayudaron a que mi estadía fuese lo mejor que me ha podido pasar. En especial, quiero agradecer a Ronan Miller, por su amistad, cariño y apoyo incondicional; a Daniel Carvajal, por su constante presencia y comprensión; a Maximiliano Sussini, por su afecto y aprecio absolutos; y a Irene González y Borja Català, por enseñarme la cultura valenciana y posibilitar, en alguna medida, mi inserción en ella. También, quiero agradecer a mis amigos de la vida, Belén Villena y William Vargas, quienes a través de su compañía, comprensión y preocupación me han ayudado a sacar cualquier tarea adelante. Igualmente, quiero expresar mis agradecimientos y eterna gratitud a Juan Velásquez Silva (PhD), profesor asociado de la Facultad de Ciencias Físicas y Matemáticas de la Universidad de Chile y director del Web Intelligence Centre, quien, desinteresadamente, facilitó mi retorno e inserción a Chile. Al mismo tiempo, quiero agradecer a Ana Pano Alamán, profesora e investigadora del Dipartimento de Lingue, Letterature e Culture Moderne de la Università di Bologna, por la confianza disciplinaria que ha depositado en mí. Finalmente, agradezco a mi familia, por un lado, a mis padres y hermanos por ser los cimientos en los que se fundamentan las ganas de superación que han marcado mi vida y, por otro, especialmente a Silvana, cuyo amor y soporte han sido vitales para alcanzar este desafío.

## RESUMEN

La gran cantidad de comentarios que reciben las noticias representa un desafío para los estudios lingüísticos, puesto que se desconocen, en gran medida cuáles son las características que articulan este tipo de discursos. Asimismo, las estrategias metadiscursivas que se utilizan para cohesionar un texto o para comunicarse de forma directa con el lector y poderlo involucrar en el discurso son también un aspecto importante a tener en cuenta en la comunicación mediada por ordenador. El objetivo principal de esta tesis doctoral es analizar el uso de las estrategias metadiscursivas en los comentarios de noticias digitales en dos ámbitos temáticos y en las variedades de la lengua española que se hablan en España y en Chile para determinar si existe variación y si un contexto digital implica un uso distinto de este tipo de estrategias. La metodología utilizada para responder a este objetivo fue una combinación del análisis cuantitativo y del cualitativo del corpus. Para el análisis, se recopiló un corpus de comentarios digitales realizados entre los meses de octubre de 2012 y febrero de 2013 en los diarios digitales *El País* de España y *Emol* de Chile. La selección del corpus se hizo de forma manual, recopilándose 1.200 comentarios: 600 por ámbito temático (deportes y política) y 600 de cada variedad del español. El etiquetado y análisis se llevó a cabo a través del programa *UAM Corpus Tool*. Cada comentario fue leído minuciosamente para etiquetar todas las estrategias metadiscursivas teniendo en cuenta la taxonomía propuesta por Hyland (2005) que divide el lenguaje metadiscursivo entre textual e interpersonal.

Los resultados encontrados evidenciaron la necesidad de incorporar nuevas categorías en la tipología detallada por Hyland (2005) puesto que la naturaleza de los comentarios digitales es diferente de los que han sido estudiados comúnmente en la literatura, los académicos. Por ello, en el caso de los recursos textuales se han añadido dos clasificaciones: los marcadores fáticos y los marcadores exofóricos, mientras que en los interpersonales se ha añadido la mención a terceros. Por otro lado, destaca el hecho de que, en total, en los comentarios realizados en el diario *El País* (969,1 por cada 10.000 palabras) se utilizan más estrategias metadiscursivas que en *Emol* (926,2 por cada 10.000 palabras). Además, detectamos un mayor uso de estrategias interpersonales en vez de las textuales en los cuatro sub-corpus analizados. Asimismo, si se tiene en cuenta el ámbito temático en el que fueron realizados los comentarios digitales, se puede observar que existe una diferencia en el uso de estrategias metadiscursivas, puesto que

tanto los recursos textuales como los interpersonales fueron más frecuentes en los subcorpus de deportes que en los de política. Con los resultados obtenidos se evidenció la necesidad de ampliar los mecanismos de análisis de los estudios metadiscursivos ya que generalmente se basa en agrupar los casos teniendo en cuenta su valor semántico. Por ello, los estudios provenientes del español coloquial (Briz, 2001; Albelda, 2008) resultaron fundamentales en tanto sus descripciones se constituyeron en puntos de partida para agrupar algunos casos encontrados en nuestro análisis, como por ejemplo el caso de los atenuadores e intensificadores. Concluimos indicando que aunque la taxonomía de Hyland (2005) es útil para estudiar las estrategias metadiscursivas en el contexto académico, es necesario ampliar los horizontes metodológicos y nutrirse de las investigaciones basadas en el análisis de otros géneros o contextos comunicativos. Además, se ha demostrado que se debe considerar el contexto de producción de la lengua y tener en cuenta tanto el medio como los condicionantes sociales que interactúan para formar un discurso colectivo.

## RESUM

La gran quantitat de comentaris que reben les notícies representa un desafiament per als estudis lingüístics, ja que es desconeixen, en gran mesura, quines són les característiques que articulen aquest tipus de discursos. Així mateix, les estratègies metadiscursives que s'utilitzen per a cohesionar un text o per a comunicar-se de forma directa amb el lector i poder-lo involucrar en el discurs són també un aspecte important a tenir en compte en la comunicació mediada per ordinador. L'objectiu principal d'aquesta tesi doctoral és analitzar l'ús de les estratègies metadiscursives en els comentaris de notícies digitals en dos àmbits temàtics i en les varietats de la llengua espanyola que es parlen a Espanya i a Xile per a determinar si hi ha variació i si un context digital implica un ús diferent d'aquest tipus d'estratègies. La metodologia utilitzada per a respondre a aquest objectiu va ser una combinació de l'anàlisi quantitativa i de la qualitativa del corpus. Per a l'anàlisi, es va recopilar un corpus de comentaris digitals realitzats entre els mesos d'octubre de 2012 i febrer de 2013 en els diaris digitals *El País* d'Espanya i *Emol* de Xile. La selecció del corpus es va fer de forma manual, es recopilaren 1.200 comentaris: 600 per àmbit temàtic (esports i política) i 600 de cada varietat de l'espanyol. L'etiquetatge i l'anàlisi es van dur a terme a través del programa UAM Corpus Tool. Cada comentari va ser llegit minuciosament per a etiquetar totes les estratègies metadiscursives tenint en compte la taxonomia proposada per Hyland (2005) que divideix el llenguatge metadiscursiu entre textual i interpersonal.

Els resultats van evidenciar la necessitat d'incorporar noves categories en la tipologia detallada per Hyland (2005) ja que la naturalesa dels comentaris digitals és diferent dels que han estat estudiats comunament en la literatura, els acadèmics. Per això, en el cas dels recursos textuais s'han afegit dues classificacions: els marcadors fàtics i els marcadors exofòrics, mentre que en els interpersonals s'ha afegit la menció a tercers. D'altra banda, destaca el fet que, en total, en els comentaris realitzats al diari *El País* (969,1 per cada 10.000 paraules) s'utilitzen més estratègies metadiscursives que en *Emol* (926,2 per cada 10.000 paraules). A més, vàrem detectar un major ús d'estratègies interpersonals en comptes de les textuais en els quatre sub-corpus analitzats. Així mateix, si es té en compte l'àmbit temàtic en què van ser realitzats els comentaris digitals, es pot observar que hi ha una diferència en l'ús d'estratègies metadiscursives, ja que tant els recursos textuais com els interpersonals van ser més freqüents en els sub-

corpus d'esports que en els de política. Amb els resultats obtinguts es va evidenciar la necessitat d'ampliar els mecanismes d'anàlisi dels estudis metadiscursius ja que generalment es basa a agrupar els casos tenint en compte el seu valor semàntic. Per això, els estudis provinents de l'espanyol col·loquial (Briz, 2001; Albelda, 2008) van resultar fonamentals en tant les seues descripcions es van constituir en punts de partida per agrupar alguns casos trobats en la nostra anàlisi, com ara el cas dels atenuadors i els intensificadors. Concloem indicant que encara que la taxonomia de Hyland (2005) és útil per estudiar les estratègies metadiscursives en el context acadèmic, cal ampliar els horitzons metodològics i nodrir-se de les investigacions basades en l'anàlisi d'altres gèneres o contextos comunicatius. A més, s'ha demostrat que s'ha de considerar el context de producció de la llengua i tenir en compte tant el mitjà com els condicionants socials que interactuen per formar un discurs col·lectiu.

## ABSTRACT

The big amount of comments that news receive nowadays are a challenge for linguistic studies as most of the intrinsic characteristics that compose this kind of discourse are unknown. In the same way, we also consider important in computer mediated communication the metadiscursive strategies used to link a text or to communicate directly with readers and involve them in discourse. The main objective of this doctoral dissertation is to analyse the use of metadiscursive strategies in the comments to digital news in two specific fields and in the two varieties of Spanish that are spoken in Spain and in Chile to detect if variation exists and if a digital context implies a different use of these strategies. The methodology followed to answer this objective was a combination of quantitative and qualitative analysis of a corpus that was compiled from the digital comments written from October 2012 to February 2013 in the digital newspapers *El País* (Spain) and *Emol* (Chile). The compilation of the corpus was carried out manually, being compiled 1,200 comments: 600 per each topic, i.e. sports and politics, and 600 hundred per each Spanish variety, i.e. from Spain and Chile. The tagging and analysis was performed with the tool *UAM Corpus Tool*. Each comment was also read in detail to tag all the metadiscourse strategies having into account Hyland's taxonomy (2005) that divides metadiscursive language into interactive and interactional.

The results showed the need to include new categories in the taxonomy described by Hyland (2005) as the nature of the digital comments is different from the metadiscourse strategies being studied commonly by researchers, i.e. in academic texts. This was the reason why in the case of interactive elements two sub-categories were added: phatic markers and exophoric markers. In the interpersonal elements it was also added the category of mention to third parties. On the other hand, it should be highlighted the fact that, in total, in the comments of *El País* (969.1 per 10,000 words) the writers used more metadiscursive strategies than in *Emol* (926.2 per 10,000 words). It was also observed a higher use of interactional strategies in the four sub-corpora analysed. In the same vein, it could be seen that there was a different use in the metadiscursive strategies depending on the specific topic of the comments, as the interactive and interactional strategies were more frequently found in the sub-corpora of sports rather than in the politics sub-corpora. With all the results obtained, it was evident the need to include more mechanisms to analyse the metadiscursive strategies as nowadays the semantic value prevails in most of the studies. In this sense, the research on colloquial Spanish



(Briz, 2001; Albelda, 2008) has been crucial for this study. The description of some cases was the standpoint to group some of the cases found in our analysis as, for example, the case of hedges and boosters. We conclude our research stating that although Hyland (2005) taxonomy is useful to study the metadiscursive strategies in an academic context, it is necessary to explore further taxonomies and methodologies that may be carried out in other genres or communicative contexts. Furthermore, it has been shown that language context should be taken into account as well as the medium and social conditions that interact to build a collective discourse.



## Índice de Contenido

<b>1. INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>1</b>
<b>2. PRAGMÁTICA</b> .....	<b>9</b>
2.1. El significado y la referencia: Frege y Wittgenstein .....	12
2.2. Aproximación general a la noción de contexto: función en la comprensión del significado.....	15
2.3. Principales aportaciones .....	20
<b>3. COMUNICACIÓN MEDIADA POR ORDENADOR</b> .....	<b>25</b>
3.1. Las investigaciones sobre la comunicación en Internet: una perspectiva histórica.....	28
3.2. Principales temas de estudio: ¿más escrito que oral?, ¿sincrónico o asincrónico?, ¿cómo se gestiona la identidad?.....	32
3.3. El español coloquial en la conversación y su utilidad para el estudio de la CMO .....	38
3.4. La influencia de la Web 2.0 en la comunicación.....	43
3.5. El comentario a noticias digitales: un acercamiento desde la CMO .....	48
<b>4. EL PERIODISMO DIGITAL</b> .....	<b>53</b>
4.1. El lenguaje en la prensa digital.....	55
4.2. Comunicación de masas y comunicación interpersonal .....	57
4.3. Periodismo participativo.....	61
4.4. Comentarios en la prensa digital: acercamiento desde los estudios periodísticos.....	66
<b>5. EL METADISCURSO</b> .....	<b>71</b>
5.1. La Lingüística Sistémica .....	73
5.2. Principales antecedentes de los estudios metadiscursivos.....	75
5.3. Principales modelos propuestos para el análisis de las estrategias metadiscursivas .....	77
5.3.1. Modelo interpersonal de Hyland.....	78
5.3.2. Modelo no integrativo de Ádel (2006).....	84
5.4. Tipos de estudios metadiscursivos .....	90
5.4.1. Los estudios metadiscursivos contrastivos en ámbitos académicos.....	90
5.4.2. Los estudios metadiscursivos no contrastivos en ámbitos académicos.....	95
5.4.3. Los estudios metadiscursivos fuera del ámbito académico.....	98
5.5. Clasificación de las estrategias metadiscursivas .....	107
<b>6. EL ESPAÑOL COMO LENGUA INTERNACIONAL</b> .....	<b>111</b>
6.1. Situación general del español en el mundo .....	114
6.2. Variedades del español: el español en España y en Chile .....	116
<b>7. METODOLOGÍA</b> .....	<b>121</b>
7.1. La lingüística de corpus: herramientas y etiquetado .....	123
7.2. Materiales .....	126
7.3. Método de análisis.....	134
7.3.1. Modelo de análisis de las estrategias metadiscursivas .....	136
7.3.2. Recursos textuales.....	137
7.3.3. Recursos interpersonales.....	141
<b>8. RESULTADOS</b> .....	<b>145</b>
8.1. Resultados de los elementos metadiscursivos en los comentarios de noticias digitales.....	147
8.2. Resultados de las sub-categorías del metadiscurso textual .....	150
8.2.1. Conectores: análisis cuantitativo.....	151

8.2.2	Conectores: análisis cualitativo .....	159
8.2.3	Códigos de glosa: análisis cuantitativo .....	166
8.2.4	Códigos de glosa: análisis cualitativo .....	170
8.2.5	Ordenadores discursivos: análisis cuantitativo .....	177
8.2.6	Ordenadores discursivos: análisis cualitativo .....	179
8.2.7	Topicalizadores: análisis cuantitativo .....	182
8.2.8	Topicalizadores: análisis cualitativo .....	184
8.2.9	Marcadores endofóricos: análisis cuantitativo .....	187
8.2.10	Marcadores endofóricos: análisis cualitativo .....	189
8.2.11	Marcadores exofóricos: análisis cuantitativo .....	191
8.2.12	Marcadores exofóricos: análisis cualitativo .....	195
8.2.13	Marcadores fáticos: análisis cuantitativo .....	198
8.2.14	Marcadores fáticos: análisis cualitativo .....	201
8.2.15	Marcadores de evidencialidad: análisis cuantitativo .....	206
8.2.16	Marcadores de evidencialidad: análisis cualitativo .....	208
8.3	Metadiscurso interpersonal.....	210
8.3.1	Atenuadores: análisis cuantitativo.....	211
8.3.2	Atenuadores: análisis cualitativo.....	218
8.3.3	Intensificadores: análisis cuantitativo .....	224
8.3.4	Intensificadores: análisis cualitativo .....	233
8.3.5	Marcadores de actitud: análisis cuantitativo .....	243
8.3.6	Marcadores de actitud: análisis cualitativo .....	251
8.3.7	Automenciones: análisis cuantitativo.....	258
8.3.8	Automenciones: análisis cualitativo.....	261
8.3.9	Marcadores de compromiso: análisis cuantitativo .....	264
8.3.10	Marcadores de compromiso: análisis cualitativo .....	273
8.3.11	Mención a terceros: análisis cuantitativo .....	278
8.3.12	Mención a terceros: análisis cualitativo .....	282
<b>9.</b>	<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>285</b>
	<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>297</b>
	<b>ANEXOS .....</b>	<b>311</b>

## Índice de Figuras

Figura 1: Estructura del blog periodístico (González Arias, 2014).....	50
Figura 2: Masspersonal Communication Model (O’Sullivan, 2005) .....	60
Figura 3: Participación de la audiencia en la prensa (García-De-Torres, 2010) .....	65
Figura 4: Continuum propuesto por Khabbazi-Oskouei (2013).....	83
Figura 5: Modelo de análisis de los recursos metadiscursivos de Ädel (2006, p. 38)....	88
Figura 6: Ejemplo de etiquetado con UAM Corpus Tool .....	134
Figura 7: Ejemplo de frecuencia de las estrategias metadiscursivas .....	135
Figura 8: Ejemplo de extracción de casos desde UAM Corpus Tool.....	135
Figura 9: Gráfico de frecuencias del metadiscurso textual e interpersonal por periódico y ámbito .....	149
Figura 10: Gráfico de frecuencia de conectores por periódico.....	151
Figura 11: Gráfico de frecuencia de conectores por periódico y ámbito temático.....	152
Figura 12: Gráfico de frecuencia de los tipos de conectores según periódico .....	153
Figura 13: Gráfico de frecuencia de los conectores de adición por periódico y ámbito temático.....	153
Figura 14: Gráfico de frecuencia de los conectores contraargumentativos.....	156
Figura 15: Gráfico de frecuencia de los conectores consecutivos.....	158
Figura 16: Gráfico de frecuencia de los códigos de glosa según periódico .....	166
Figura 17: Gráfico de frecuencias de los códigos de glosa por periódico y ámbito temático.....	167
Figura 18: Gráfico de frecuencias de ejemplificación y reformulación según periódico .....	168
Figura 19: Gráfico de frecuencias de ejemplificadores según periódico y ámbito temático.....	169
Figura 20: Gráfico de frecuencia de reformuladores según periódico y ámbito .....	170
Figura 21: Gráfico de frecuencia de los ordenadores discursivos por periódico.....	178
Figura 22: Gráfico de frecuencia de los ordenadores discursivos por periódico y ámbito temático.....	178
Figura 23: Gráfico de frecuencia de marcadores exofóricos por periódico .....	192
Figura 24: Ejemplo de comentario en Eskup de El País .....	192
Figura 25: Ejemplo de comentario en Facebook de Emol .....	193
Figura 26: Gráfico de marcadores exofóricos por periódico y ámbito temático .....	194
Figura 27: Gráfico de frecuencia de marcadores fáticos por periódico.....	199
Figura 28: Disposición de los comentarios en la sección de noticias.....	199
Figura 29: Ejemplo de disposición de los comentarios en Eskup (modo conversación) .....	200
Figura 30: Gráfico de marcadores fáticos según periódico y ámbito temático .....	201
Figura 31: Gráfico de frecuencia de atenuadores por periódico.....	211
Figura 32: Gráfico de frecuencia de atenuadores por periódico y ámbito.....	213
Figura 33: Gráfico de frecuencia de los casos de atenuadores por periódico.....	214

Figura 34: Gráfico de frecuencia en los grupos de realizaciones de los atenuadores por periódico y ámbito .....	215
Figura 35: Gráfico de frecuencia expresión de duda o incertidumbre .....	216
Figura 36: Gráfico de frecuencia de la despersonalización de la enunciación .....	216
Figura 37: Gráfico de frecuencia de indeterminación de lo dicho .....	217
Figura 38: Gráfico de frecuencia de intensificadores por periódico .....	225
Figura 39: Gráfico de frecuencia de intensificadores por periódico y ámbito .....	226
Figura 40: Gráfico de frecuencia de los casos de intensificadores por periódico .....	227
Figura 41: Gráfico de frecuencia en los grupos de realizaciones de los intensificadores por periódico y ámbito .....	228
Figura 42: Gráfico de frecuencias realizaciones de realce de los participantes de la enunciación .....	230
Figura 43: Gráfico de frecuencias y tipos de los casos de repeticiones .....	231
Figura 44: Gráfico de frecuencia de los aspectos fonéticos .....	232
Figura 45: Gráfico de frecuencia de marcadores de actitud por periódico.....	244
Figura 46: Gráfico de frecuencia de los marcadores de actitud por periódico y ámbito .....	245
Figura 47: Gráfico de frecuencia de las elecciones léxico-gramaticales por periódico	246
Figura 48: Gráfico de frecuencia de las elecciones léxico-gramaticales por periódico y ámbito .....	246
Figura 49: Gráfico de frecuencia de la polaridad por periódico.....	247
Figura 50: Gráfico de frecuencia de la polaridad por periódico y ámbito.....	248
Figura 51: Gráfico de frecuencia de la orientación de la actitud según periódico .....	249
Figura 52: Gráfico de frecuencia de la orientación de la actitud según periódico y ámbito .....	249
Figura 53: Gráfico de frecuencia de la orientación de la actitud considerando la polaridad por periódico y ámbito .....	250
Figura 54: Gráfico de frecuencia de automenciones por periódico.....	259
Figura 55: Gráfico de frecuencia de automenciones por periódico y ámbito.....	260
Figura 56: Gráfico de frecuencias de los casos de automenciones.....	261
Figura 57: Gráfico de frecuencia de los marcadores de compromiso por periódico....	265
Figura 58: Gráfico de frecuencia de los marcadores de compromiso por periódico y ámbito .....	266
Figura 59: Gráfico de frecuencia de los tipos de marcadores de compromiso.....	267
Figura 60: Gráfico de frecuencia de los casos de primera persona plural inclusiva ....	268
Figura 61: Gráfico de frecuencia de los casos de segunda persona singular.....	270
Figura 62: Gráfico de frecuencias de las menciones a terceros por periódico .....	279
Figura 63: Gráfico de frecuencia de las menciones a terceros por periódico y ámbito	279
Figura 64: Gráfico de frecuencia de los tipos de realizaciones de las menciones a terceros .....	280
Figura 65: Gráfico de frecuencia de los casos de segunda persona singular de la mención a terceros .....	280

## Índice de Tablas

Tabla 1: Máximas y sub-máximas de Grice .....	22
Tabla 2: Rasgos coloquializadores y primarios, basado en Briz (2001) .....	39
Tabla 3: Diferencias entre las características de la Web 1.0 y 2.0 (Herring, Stein y Virtanen, 2013).....	44
Tabla 4: Diferencias entre Web 1.0 y Web 2.0 (Hsu y Park, 2011) .....	45
Tabla 5: Cuatro dimensiones del lenguaje en la Web 2.0 (Androutsopoulos, 2010, p. 211).....	46
Tabla 6: Factores para la clasificación del DMO (Herring, 2007) .....	47
Tabla 7: Detalle del corpus de comentarios de los diarios El País y Emol. ....	132
Tabla 8: Factores del medio y situacionales de los comentarios.....	133
Tabla 9: Resultados generales sobre el uso de estrategias metadiscursivas .....	148
Tabla 10: Casos de conectores de adición .....	155
Tabla 11: Casos de conectores contraargumentativos.....	157
Tabla 12: Casos de conectores consecutivos.....	159
Tabla 13: Casos de ejemplificadores .....	169
Tabla 14: Casos de los ordenadores discursivos .....	179
Tabla 15: Frecuencia de uso de topicalizadores en los sub-corpus .....	182
Tabla 16: Casos de topicalizadores .....	184
Tabla 17: Frecuencia de uso de los marcadores endofóricos en los sub-corpus .....	188
Tabla 18: Casos de marcadores endofóricos .....	188
Tabla 19: Frecuencia de uso de los marcadores de evidencialidad según periódico y ámbito.....	208
Tabla 20: Casos de marcadores de evidencialidad .....	208
Tabla 21: Frecuencia de la restricción de lo dicho .....	217
Tabla 22: Frecuencia de uso de los casos del léxico semánticamente marcado como más intenso .....	229
Tabla 23: Frecuencia de uso de los casos de elementos morfológicos.....	232
Tabla 24: Frecuencia de los tipos de automención.....	260
Tabla 25: Frecuencia de los elementos catalogados como otras realizaciones .....	271
Tabla 26: Frecuencias de los casos de segunda persona singular formal .....	271
Tabla 27: Frecuencias de la segunda persona plural formal e informal en El País .....	272
Tabla 28: Realizaciones segunda persona plural en Emol .....	272
Tabla 29: Frecuencia de los casos catalogadas como otras .....	281
Tabla 30: Frecuencias de los casos de segunda persona singular formal en las menciones a terceros .....	281
Tabla 31: Frecuencias de los casos de segunda persona plural formal e informal en las menciones a terceros de El País .....	281
Tabla 32: Frecuencias de los casos de segunda persona plural de las menciones a terceros de Emol.....	282





## **1. INTRODUCCIÓN**







El español, como lengua nativa, se habla de forma oficial en 21 países, los más numerosos en cuanto a habitantes son: México (119 millones), Colombia (47 millones) y España (46 millones). Según datos del Instituto Cervantes (2014, p. 7) “el español es una lengua que hoy hablan más de 540 millones de personas como lengua nativa, segunda o extranjera. Es la segunda lengua del mundo por número de hablantes nativos y el segundo idioma de comunicación internacional”. Se erige como la segunda lengua materna del mundo, de acuerdo con el número de hablantes, después del chino mandarín. Las expectativas del Instituto Cervantes son tan grandes que se prevé que, debido a razones demográficas, el porcentaje de población mundial que hable español como lengua nativa aumentará, mientras la población de hablantes de chino mandarín e inglés descenderá (2014, p. 5).

Lo anterior tiene fuertes repercusiones en diferentes ámbitos y el Instituto Cervantes se encarga de ensalzar la influencia económica del español:

Desde una perspectiva económica, la lengua es un componente esencial del capital humano y social de una comunidad. De hecho, se estima que un 15% del producto interior bruto (PIB) de un Estado está vinculado a la lengua. Por eso, el peso y potencial de un idioma está íntimamente relacionado con los índices macroeconómicos de los países en los que es lengua oficial (Instituto Cervantes, 2014, p. 23).

Al mismo tiempo, en la actualidad, el fuerte impacto de la tecnología en la sociedad actual ha provocado el incipiente desarrollo de distintas formas de interacciones comunicativas. De manera paulatina, los medios masivos de comunicación, como la prensa, se han ido adaptando a los requerimientos tecnológicos y sociales que ha impuesto la evolución hacia una Web 2.0. El uso masivo de las tecnologías ha significado un cambio radical en la manera en la que entendemos la práctica de la transmisión y difusión de la información de las noticias. En este nuevo contexto, la participación de los lectores en diferentes momentos de la producción periodística ha comenzado a jugar un rol fundamental: ha pasado de ser un usuario principalmente pasivo a desempeñar un papel muy activo. Específicamente, las redes sociales han posibilitado y facilitado dicha participación ciudadana en un núcleo de poder tan relevante para las sociedades contemporáneas como lo es la información, puesto que los lectores perciben a los nuevos medios de comunicación como medios de producción y como elementos de cotidianeidad en la sociedad actual (Martinrey y Marín, 2011).

En este sentido, comentar las noticias digitales se ha transformado en uno de los mecanismos más importantes propuestos por los periódicos para aumentar la fidelización de los usuarios y reforzar el vínculo de pertenencia del lector hacia el mismo periódico (Pastor y Martínez-Martínez, 2013). A partir de este uso, nace la motivación para realizar la esta tesis doctoral, ya que en la actualidad, si bien la gran cantidad de comentarios que reciben las noticias significa una ocasión para el periodismo (en tanto el diario accede a información a la que anteriormente no podía), representa, al mismo tiempo, un desafío para los estudios lingüísticos, puesto que se desconocen, en gran medida, cuáles son las características que articulan este tipo de discursos. A esto se le suma el hecho de que, hasta el momento, no se han investigado variedades de una misma lengua dentro del contexto de la Comunicación mediada por Ordenador (CMO), en general, ni en las redes sociales que posibilitan la interacción a modo de comentarios en la prensa digital. Asimismo, no se debe dejar de considerar la influencia que podría tener el ámbito temático al que pertenecen las noticias que motivan los comentarios, dado que, aunque sabemos que en la CMO existen diferencias en el uso del lenguaje motivadas por el tópico de la interacción (cf. Montero-Fleta, Montesinos-López, Pérez-Sabater, Turney, 2009; Yus, 2010), no contamos con evidencia suficiente que confirme esta proyección.

Por otro lado, a pesar del gran número de estudios metadiscursivos que se han realizado, ninguno se ha ocupado de estudiar las diferencias en el uso de recursos metadiscursivos textuales e interpersonales en una misma variedad de lengua. En general, las investigaciones que se centran en buscar diferencias asociadas a la cultura lo hacen a través del contraste de estas estrategias en diferentes idiomas (cf., por ejemplo, Shokouhi y Talati Baghsiahi, 2009; Mur-Dueñas, 2011; Reza y Mansoori, 2011; Khajavy, Asadpour y Yousefi, 2012). Por otro lado, en los estudios metadiscursivos en la CMO en español no se ha considerado la variación diatópica como una variable pertinente y se ha optado por considerar otros aspectos, como, por ejemplo, la orientación ideológica de los periódicos en los que se encuentran los comentarios (cf. González Arias, 2014).

Además, aunque se aprecian los esfuerzos realizados en la CMO para estudiar el metadiscurso, la mayor parte de los modelos propuestos en esta área se ha aplicado a textos que no se relacionan con los que se operará en la presente investigación (Khabbazi-Oskouei, 2013). En este sentido, es importante destacar que los trabajos que

han investigado el metadiscurso en la CMO a partir del modelo de Hyland (2005), en general, no problematizan el hecho de que, eventualmente, sea necesario ampliar el modelo en función de los diferentes géneros que se quieran investigar (cf. González Arias, 2014; Suau-Jiménez, 2014).

Por este motivo, creemos que estudiar el metadiscurso (Hyland, 2005) en los comentarios de noticias digitales nos permite entender, en alguna medida, cuáles son las estrategias retóricas que emplean los usuarios en la versión digital del diario español El País y en el diario electrónico chileno Emol en dos ámbitos temáticos (deportes y política).

En concreto, en este trabajo adoptamos una perspectiva pragmática de la lengua, en la medida en que, tal como plantea Briz (2003, p. 17):

Un análisis pragmático, por tanto, pasa por tener en cuenta, junto al contenido comunicado, que existe un hablante que comunica, que éste manifiesta una actitud ante lo comunicado, y a la vez que un oyente recibe e interpreta lo codificado y mostrado por aquel en unas circunstancias comunicativas determinadas. De otro modo, se trata de un estudio que combina la reflexión sobre el producto “el enunciado” y sobre el proceso mismo de producción y recepción del mismo, “la enunciación y la interacción”.

Puesto que asumimos que la procedencia geográfica de los usuarios de los periódicos digitales que se estudiarán pertenecen a España y Chile, consideramos importante considerar la manera en que el uso de estas estrategias retóricas se presenta en cada una de estas variedades lingüísticas y en un contexto comunicativo poco estudiado como los comentarios de noticias digitales. De esta forma, nuestra hipótesis de investigación se manifiesta de la siguiente manera:

Las diferencias en el uso de estrategias metadiscursivas en los comentarios de noticias en la prensa digital dependen del ámbito temático de la noticia principal y de la variedad de la lengua española empleada por cada uno de los usuarios.

En la misma línea, las preguntas de investigación en las que se basa este trabajo son las siguientes:

1. ¿Es válida la clasificación propuesta por Hyland (2005) para el estudio de las estrategias metadiscursivas en el ámbito académico para el estudio de los comentarios de las noticias digitales?

2. ¿Cómo se manifiesta el metadiscurso en un discurso poco planificado como lo son los comentarios de noticias digitales?

3. ¿Existen diferencias en el uso de las estrategias metadiscursivas textuales e interpersonales en los comentarios de noticias digitales?

4. ¿De qué manera influye el ámbito al que corresponden las noticias en el empleo de las estrategias metadiscursivas?

5. ¿Existen diferencias culturales en los comentarios de noticias digitales en español o bien, al contrario, se tiende a una homogeneización del idioma en este entorno?

Dichas preguntas de investigación han permitido trazar nuestro objetivo general, el cual se expresa así: analizar el uso de las estrategias metadiscursivas en los comentarios de noticias digitales en dos ámbitos temáticos y en las variedades española y chilena de la lengua española.

A partir de lo especificado, nuestro trabajo busca cumplir con los siguientes objetivos específicos, derivados de las preguntas de investigación:

1. Proponer una clasificación para el análisis de las estrategias metadiscursivas específica para los comentarios de noticias digitales.
2. Caracterizar el uso de las estrategias metadiscursivas en comentarios de noticias digitales españolas y chilenas en dos ámbitos temáticos (deportes y política).
3. Comparar el uso de las estrategias metadiscursivas en comentarios de noticias digitales españolas y chilenas en dos ámbitos temáticos.
4. Determinar diferencias culturales subyacentes al empleo de las estrategias metadiscursivas en los comentarios de noticias digitales en el español de España y Chile.
5. Describir el uso específico de cada estrategia metadiscursiva.

En resumen, la presente tesis doctoral pretende complementar la variación que existe en el uso del metadiscurso en CMO en español, por medio tanto de un corpus específicamente diseñado para esta investigación como de un constructo metodológico consistente que, por un lado, permita la descripción de las variedades diatópicas en los comentarios de noticias digitales y, por otro, facilite su posterior análisis comparativo.



Este trabajo se articula de la siguiente manera. En el segundo capítulo se especifican las principales características y aportaciones de la pragmática como disciplina lingüística, con el fin de contextualizar en un marco mayor el estudio metadiscursivo, puesto que diversos autores, entre ellos Hyland (1998a), concuerdan en la naturaleza eminentemente pragmática que cumplen las diversas estrategias metadiscursivas.

En el tercer capítulo, se detallan los lineamientos generales que presenta la CMO, situando su estudio dentro de las ciencias del lenguaje y contextualizando su devenir a través del tiempo. Además, se describen las relaciones que existirían entre la CMO y el español coloquial (Briz, 2001), por un lado, y, por otro, entre las formas de comunicación y la Web 2.0. Este apartado termina con la explicación de la función de los comentarios de noticias desde la perspectiva de la CMO.

En el cuarto capítulo, se explica el contexto situacional que da origen a la presencia de los comentarios de opinión en las noticias digitales, es decir, el periodismo digital, en la medida en que entendemos que la participación de los usuarios nace de las posibilidades que implica la prensa digital para la participación ciudadana. En este sentido, se desarrollan los conceptos de *comunicación de masas* y *periodismo participativo*, esenciales para instalar el fenómeno en un contexto social general. Para finalizar este apartado, se expone la conceptualización y función de los comentarios de noticias en el ámbito de la prensa digital.

En el quinto capítulo, se dan a conocer las propiedades de los estudios metadiscursivos y de qué manera éstas han ayudado a trazar la fisonomía de las particularidades retóricas en un conjunto de géneros discursivos, principalmente, provenientes de la escritura académica, que es donde más desarrollo ha tenido este enfoque. Este apartado revisa los dos principales modelos propuestos en la literatura especializada: el no-integrativo de Ädel (2006) y el interpersonal de Hyland (2005). Asimismo, se esbozan las principales áreas en las que se han llevado a cabo los estudios metadiscursivos en general, esto es, la retórica contrastiva en el ámbito académico y la retórica en el ámbito académico sin el componente contrastivo. Cabe destacar que también se especifica una tercera área en la que se encuentran una serie de investigaciones sobre el metadiscurso que se han elaborado fuera del ámbito académico.

En el sexto capítulo, se esbozan sucintamente los principales rasgos que tiene el español como lengua internacional, dándole especial énfasis a las diferencias que pueden existir entre las variedades, concretamente, en España y en Chile.

En el séptimo capítulo, metodológico, se detallan los pasos que se siguieron para desarrollar el trabajo. Se exponen los materiales y el método, explicando, además, el programa utilizado para etiquetar el corpus recopilado. Se explican, asimismo, las principales categorías que serán motivo de análisis, considerando el conjunto de estudios previos en el área.

En el octavo capítulo, se presentan los resultados de la investigación. En primer lugar, se detallan los resultados obtenidos del metadiscurso textual, con énfasis en las diferencias que se pueden encontrar tanto entre los periódicos como entre los ámbitos temáticos a los que pertenecen los comentarios estudiados. Se procede, por último, de la misma manera con el metadiscurso interpersonal, en el que se manifiesta, de forma mucho más patente, la relación con el español coloquial. En ambos conjuntos de resultados, se muestra un acercamiento tanto cuantitativo como cualitativo a los fenómenos.

Para finalizar, en el noveno capítulo se comentan las principales conclusiones de la investigación realizada, especificando, al mismo tiempo, una serie de líneas de trabajo futuras que complementarán lo estudiado.

## **2. PRAGMÁTICA**







El estudio de la pragmática como disciplina lingüística se originó desde mediados del siglo XX a partir de la necesidad de superación de las nociones veritativo-condicionales, es decir, las que están ligadas a la relación de significado que existe entre el lenguaje y la realidad, predominante en la filosofía del lenguaje de la época. Numerosos autores comenzaron a diseñar un plan de investigación del lenguaje que incluyera las condiciones de uso en el que se llevaban a cabo las diferentes interacciones. De esta manera, el problema de descifrar *el significado* se transformó en una piedra angular en el desarrollo de disciplinas tan diversas como la Filosofía o la misma Lingüística. El problema del *significado*, tal como especifica Roberts (2006, p.197), fue motivo de estudio de semánticos, primero, y, luego de pragmáticos. En la actualidad, es difuso llegar a establecer algún límite entre lo que debe ser considerado como el *significado semántico* y el *significado pragmático*; por lo mismo, se prefiere considerar que los campos que considera uno y otro ámbito se solapan (Recanati, 2006).

La concepción de que toda comunicación es interactiva es una de las premisas fundamentales de la pragmática lingüística y es en esa condición en la que entra en juego con el estudio de las estrategias metadiscursivas. La interpretación de los enunciados no solamente se deriva de su descomposición proposicional, al contrario, existen trazas del mismo autor de cada enunciado que pretenden guiar a los lectores hacia los caminos que el autor busca. En otras palabras, el autor se presenta ante una audiencia con unos propósitos comunicativos específicos que debe explicitar a través de marcas textuales e interpersonales –siguiendo la concepción planteada por Hyland y Tse (2004) y Hyland (2005). Desde este punto de vista, el estudio metadiscursivo en general (en su vertiente más extendida y utilizada) es entendido y adoptado desde una perspectiva pragmática que influye en las relaciones y comportamientos sociales entre los participantes del acto comunicativo.

Tal relación es expuesta por Hyland (1998a) dentro del contexto del estudio de las estrategias metadiscursivas en el discurso académico. La escritura académica exitosa implica relacionar los actos ilocucionarios con los perlocucionarios: un escritor pretende que su mensaje sea entendido (efecto ilocucionario) y que sea aceptado (efecto perlocucionario esperado). Sin embargo, la relación no deja de ser complicada, en tanto ambos no son independientes, en otras palabras, la relación puede llevar a más de una

interpretación y, por cierto, los lectores pueden tener siempre la opción de rechazar el mensaje del escritor, lo que se identifica con la negación de los enunciados (Hyland, 1998a, p. 440). Así, para Hyland (1998a) el metadiscurso es una indicación del escritor para evitar la negación de sus postulados y una intervención para comprometer al lector con los mismos. De ahí, se desprende su naturaleza retórica. Concretamente, para Hyland (1998a) los recursos metadiscursivos aportan claves para las presuposiciones pragmáticas que ayudan a los lectores en el proceso de lectura, codificando las relaciones entre las ideas y organizando el material propuesto, con el fin de que la potencial audiencia adopte una actitud positiva frente al contenido.

De esta manera, el este capítulo pretende mostrar las características fundamentales del estudio pragmático, con el fin de situar la posición del estudio metadiscursivo en las ciencias del lenguaje.

## **2.1. El significado y la referencia: Frege y Wittgenstein**

El origen del estudio del lenguaje en uso, es decir, desde una perspectiva pragmática, se relaciona con el importante cambio de perspectiva que experimentó la filosofía a finales del siglo XIX y principios del XX. Diferentes autores (cf. González, 1986; Acero, Bustos y Quesada, 2010) señalan que el enfoque lingüístico adoptado permitió entender los problemas que atañían a la filosofía, a partir del examen minucioso de la manera en que éstos se presentaban en cualquier lenguaje natural. Frege es considerado uno de los precursores de este giro filosófico, al intentar descifrar el real significado tanto de palabras como de oraciones (Skupien, 1997).

Uno de los objetivos de Frege (1892, cit. en Villanueva, 1991) fue tratar de probar que las leyes de la gramática podrían ser explicadas a partir de las leyes de la lógica, al emplear solamente definiciones. Sin embargo, al comenzar con su labor, se percató de que el lenguaje ordinario presentaba una serie de imperfecciones lógicas, como por ejemplo vacíos en las secuencias de razonamiento o, simplemente, términos vagos o ambiguos que diferían de la idea de un lenguaje unívoco (cf. Skupien, 1997 y Carlson, 2006). Por estas razones, afirma Skupien (1997), buscó diseñar una notación lógica que evitara las imperfecciones lógicas y que se centrara, exclusivamente, en la representación de aquellos aspectos que presentaban elementos lingüísticos relevantes para las inferencias.



El concepto de *relación de identidad* se convirtió en el punto de partida de su reflexión, al cuestionarse si se trataba de una relación de nombres o una relación de objetos designados por nombres (Acero, Bustos y Quesada, 2010). De su análisis, se desprende que las expresiones nominales cumplen dos funciones básicas y delimitadas: se *refieren* a un objeto y *expresan* un sentido; mientras el objeto referido es la *referencia*, el sentido es “ese particular modo en que el lenguaje nos presenta al objeto” (Acero, Bustos y Quesada, 2010). Así, establece la diferencia acerca de la naturaleza de cada una de estas funciones de acuerdo con la posición que ocuparían en la realidad lingüística. La búsqueda de la verdad (es decir, de los *valores veritativos*) queda establecida en la medida en que las investigaciones que se efectúen consideren la referencia como objeto de estudio y no el sentido (Frege, 1892, cit. en Villanueva, 1991). De lo anterior, se concluye uno de los aspectos más importantes para el posterior estudio del lenguaje en uso:

La comprensión del sentido, del modo en que pueden darse diversos objetos (posibles) o entidades individuales, no depende del conocimiento directo de éstos, sino del conocimiento del lenguaje: se puede captar el sentido de una expresión nominal sin conocer a su referente (Acero, Bustos y Quesada, 2010, p. 84).

Los postulados propuestos por Frege fueron recogidos posteriormente por Wittgenstein, quien pretendía explicar la naturaleza del lenguaje a partir de su *significado*. Se distinguen dos etapas en el pensamiento *wittgensteniano*, marcadas por sus obras más importantes: el *Tratado Lógico-Filosófico* e *Investigaciones Filosóficas*. En el *Tratado*, Wittgenstein asegura que la importancia del *sentido* se entiende en la medida en que es aquello que permite dibujar los límites tanto del pensamiento como del mismo lenguaje (González, 1986). La distinción entre *sentido* y *referencia* planteada por Frege manifiesta en Wittgenstein sutiles diferencias: “el sentido es lo que comprendemos cuando entendemos una proposición, mientras que la referencia es aquello que comprendemos cuando entendemos un nombre” (González, 1986, p.55). No obstante, a pesar de esta distancia con Frege, se plantea, en este primer momento de su pensamiento, como un continuador de su legado, sobre todo lo que se relaciona con la noción de *verdad*: “la proposición solo contiene la posibilidad de su verdad” (Wittgenstein, 1922, cit. en González, 1986). Junto con lo anterior, entiende la relación de identidad entre nombres y objetos reales –es decir, *referencia*– como una relación que define y constituye su significado (González, 1986, p. 61). Con todo, gran parte de su interés filosófico de esta primera etapa, al igual que su posterior investigación,

estuvo centrado en el papel que cumple el *uso* del lenguaje para la propia determinación del significado lingüístico. Por tanto, si bien se centra y define, en cierta medida, la función del significado verdadero de determinadas expresiones, es capaz de visualizar que, muchas veces, el significado de dichas expresiones no es fijo y depende fuertemente de las características de las expresiones que intervienen.

Con el pasar de los años, sistemáticamente, Wittgenstein comenzó a cambiar importantes elementos de su análisis. En *Investigaciones Filosóficas* (Wittgenstein, 1999[1922]) da un giro radical y sienta las bases de la posterior Teoría de los Actos de Habla, propuesta primero por Austin (1996[1971]) y ampliada por Searle (2001[1986]). Uno de los cambios más importantes se relaciona con la noción de *referencia*: mientras en el *Tratado* los objetos se refieren a un objeto real, en *Investigaciones filosóficas* la referencia corresponde a su *uso*, no solo a la posibilidad de existencia del referente (González, 1986, p. 61).

Con el objetivo de explicar sus apreciaciones, Wittgenstein (1999[1922]) utiliza reiteradamente el concepto de *juego de lenguaje* en dos sentidos: por un lado, los entiende como “aquellos procesos por los cuales los niños aprenden su lengua materna” (p.8) y, por otro, como “al todo formado por el lenguaje y las acciones con las que está entretejido” (p.8). Las relaciones y dependencias que se forman en el seno del sistema no serán explicadas en tanto relaciones de palabras con palabras, sino que, en cualquier caso, la manera en que esa palabra está siendo empleada en la secuencia de habla, tal como afirman Acero, Bustos y Quesada (2010, p. 203):

[...] la unidad del acto de habla, el vehículo lingüístico propio, no es la palabra-tipo sino la oración [...] no es el significado de palabras aisladas lo que queda iluminado cuando indicamos qué actos de habla resultan de su uso, de su preferencia; es el bloque total formado por la oración lo que determina el tipo de acto de habla llevado potencialmente al proferirla.

Wittgenstein realza la necesidad de una teoría del significado que vaya más allá de determinar las condiciones necesarias y suficientes para establecer si una palabra y oración son *verdaderas*. Establece que el *real* significado de una expresión se encuentra en, única y exclusivamente, en su empleo en un enunciado particular con unas condiciones contextuales. En este sentido, se vale de una dicotomía para dar cuenta de este aspecto:

En el uso de una palabra se podría distinguir una 'gramática superficial' de una 'gramática profunda'. Lo que se nos impone de manera inmediata en el uso de una palabra es su modo de uso en la construcción de la proposición, la parte de su uso — podría decirse — que se puede percibir con el oído. — Y ahora compárese la gramática profunda de las palabras «querer decir», por ejemplo, con lo que su gramática superficial nos haría suponer. No es de extrañar que nos sea difícil orientarnos (Wittgenstein, 1999[1922], p. 93).

Resulta esencial, por tanto, considerar los elementos que integrarían y compondrían el *uso* del lenguaje más allá de las palabras que coocurren en cada uno de los enunciados. Del análisis realizado por Wittgenstein (1999[1922]), se desprende que el significado depende de las situaciones comunicativas en las que acontece, es decir, de los actos de habla en los que cada interacción ocurre.

## **2.2. Aproximación general a la noción de contexto: función en la comprensión del significado**

Calsamiglia y Tusón (2002) plantean una dicotomía entre lo entendido por contexto tanto desde un punto de vista antropológico como desde uno lingüístico. Antropológicamente, señalan que el contexto es “un concepto sociocultural, a la manera en que las personas que forman parte de un grupo o un subgrupo determinado dotan de significado a los parámetros físicos (lugar y tiempo) de una situación y a lo que allí sucede en un momento dado” (Calsamiglia y Tusón, 2002, p. 105). Se especifica la clara intención de posicionar la importancia del contexto como parte integrante del proceso de interpretación de enunciados, asumiendo que el lenguaje posee un carácter y una finalidad social, más allá de la mera decodificación de enunciados. Coinciden en que la *situación* –uno de los elementos del modelo *speaking* planteado por Gumperz y Hymes (1964, cit. en Calsamiglia y Tusón, 2002; Hymes, 1979 y Brown y Yule (1983)– es esencial para explicar los comportamientos comunicativos. Para ellos, la *situación* está formada por dos componentes: la localización física espacial/temporal y la escena psicosocial. Mientras la primera se refiere a lugar y el momento en que se lleva a cabo la comunicación, la escena psicosocial se relaciona con la imagen que se crean las personas de un grupo social sobre un lugar y un tiempo determinados. Lingüísticamente, sin embargo, Calsamiglia y Tusón (2002) afirman que desde dos de las principales corrientes lingüísticas del siglo XX, es decir, estructuralismo y generativismo, no existió una preocupación mayor por incluir los elementos contextuales en los modelos de lenguaje. Solo Jakobson

habría prestado atención al fenómeno, entendiéndolo como un contexto de referencia necesario para que el destinatario pudiera captar el mensaje en su totalidad, pero sin ahondar más en la problemática, con el fin de centrarse en otros aspectos de su modelo que consideraba más importantes de desarrollar.

Según Brown y Yule (1983), el contexto estaría determinado por componentes que provendrían tanto de la antropología como de la lingüística funcional. En el primer caso, se vale de elementos propios del modelo *speaking* propuesto por Gumperz y Hymes. De la lingüística funcional, integran el concepto de *cotexto*, es decir, los segmentos textuales que rodean a los enunciados que se están analizando, puesto que es lo que entregaría claves esenciales para la correcta interpretación de los enunciados:

Even in the absence of information about place and time of original utterance, even in absence of information about the speaker/writer and his intended recipient, it is often possible to reconstruct at least some part of the physical context and to arrive at some interpretation of the text. The more co-text there is, in general, the more secure interpretations is. Text creates its own context (Brown y Yule, 1983, pp. 49-50).

Para van Dijk (1983) la noción de contexto se establece en el intento por dar una interpretación a diversos condicionantes que influyen en el momento de comprender un texto de manera global, es decir, aquel en el que el conocimiento derivado de la gran cantidad de proposiciones que lo componen se arraigue, de manera definitiva, en la memoria de largo plazo. Se posiciona en un lugar consciente de la incapacidad de la semántica oracional para dar cuenta de los procesos involucrados en la interpretación de un documento. En su primera aproximación, van Dijk (1983) se basa en que la noción de contexto se caracteriza por la sucesión de condiciones que hacen que los enunciados se transformen, efectivamente, en actos de habla. Para ello, mientras elementos como los *deícticos* resultan fundamentales para que el lector oyente sea capaz de interpretar correctamente la *microestructura* del texto, elementos como los *conectivos* facilitarían la elaboración de la *macroestructura*. Por tanto, el contexto estaría determinado por la necesidad de realizar una reconstrucción mental del contenido proposicional de un texto por parte del lector oyente.

Por otro lado, van Dijk (1995) dilucida, en cierta medida, la estructura del contexto y su relación con el texto. Define el contexto como “un transcurso de sucesos. Tal transcurso de sucesos tiene (...) un estado inicial, estados intermedios y un estado final. Ya que los contextos deben ser teóricamente identificables deben tener límites” (van

Dijk, 1995, p. 274). Esta concepción dinámica del contexto contrasta con la complejidad para determinar de forma específica qué es un contexto en una interacción comunicativa. En otras palabras, tal dinamismo se entiende en el sentido de que existe un *conjunto infinito de contextos posibles*, pero solamente uno será entendido como el *contexto real*: aquel que especifica el aquí y el ahora de la interacción. A pesar de que entiende el contexto como un concepto que ocurre en la mente del lector, adopta una perspectiva centrada en el texto, olvidando las diferentes constricciones y alternativas en que las diversas interacciones comunicativas ocurren. Si bien su argumentación tiene trazas que intentan dotar a los enunciados de una función pragmática (en el sentido de que cada oración, potencialmente, requiere del contexto para ser considerado como un *acto de habla*), su objetivo se diluye, en la medida en que el carácter textual prevalece a lo largo de su teoría.

Una dicotomía similar a la especificada por Calsamiglia y Tusón (2002) es la trazada por (Yus, 1997, p. 46) quien establece que la noción de contexto se ha estudiado desde dos aristas: a) una puramente lingüística (que se tiende a denominar como cotexto) y b) otra *extralingüística*, con un sentido más extenso, referida a la situación en la que el texto se produce o recibe. Para Yus (1997, p.47), quien se aproxima al término desde la pragmática, “se trata de analizar las claves contextuales, los procesos lógicos y otras condiciones que permiten a los interlocutores (y también a otros receptores del mensaje como los lectores) interpretar los enunciados correctamente”. Por tanto, la aportación proveniente desde la pragmática lingüística ha resultado primordial para el estudio del lenguaje en general, en la medida en que consideran de manera explícita los rasgos que hacen posible que la comunicación sea realmente efectiva, en otras palabras, implica un cambio de paradigma que supera la noción oracional/textual para centrarse en el uso del lenguaje, las condiciones sociales que lo permiten y, por último, lo que se logra a través de su uso.

Este tipo de interpretaciones acerca de la noción de contexto son útiles cuando se piensa en entornos que han sido considerados históricamente por los estudios discursivos como prototípicos, en otras palabras, han sido desarrollados para las diferentes situaciones de intercambios comunicativos, ya sea de la lengua oral o de la lengua escrita. No obstante, si el entorno comunicativo sufre algunas variaciones, ya no sería pertinente seguir considerando las mismas categorías definitorias sobre el

contexto; por ejemplo, los nuevos intercambios comunicativos originados a partir de los mecanismos de participación propiciados por la Web 2.0 precisarían de una noción de contexto que integre categorías que permitan examinar, de acuerdo con su propia naturaleza, este tipo de interacciones comunicativas. En este sentido, Jones (2004) explora lo inadecuados que han resultado ser los modelos de contexto construidos para el estudio de la comunicación oral (cara a cara) como escrita para tratar los mecanismos de interacción de la CMO. Según el autor, para intentar entender los contextos que se producen en este tipo de espacios es imprescindible superar algunas dicotomías básicas sobre la concepción del lenguaje, por ejemplo: virtual de real, emisor de receptor, público de privado, entre otras.

En general, las nociones de contexto, a juicio de Jones (2004), han optado por definirse a partir de una división de sus componentes. Así, mientras Firth (1957, cit. en Jones, 2004) lo divide en tres componentes –rasgos típicos de los participantes; los objetos de la situación; y, el efecto de la acción verbal–, el modelo de etnografía del habla de Dell Hymes lo hace en cinco partes. A pesar de la ventaja metodológica que presentaría poder analizar cada uno de los componentes, se corre el riesgo de enfocar la atención en demasía en ellas por separado, pasando por alto los momentos en que cada una pueda interactuar y afectar a otras. Junto con lo anterior, se crea una idea de contexto un tanto estática. Por tanto, estos modelos de contexto son problemáticos para la CMO, puesto que en éstos se asume que la comunicación ocurre, principalmente, en espacios físicos en los que los participantes son claramente identificables (Jones, 2004, p. 23). Una visión no estática es la desarrollada por Goffman (1974), para quien el contexto sería una noción que estaría más relacionada con algo que *existe en la comunicación*, es decir, algo que aquellos que interactúan en el proceso comunicativo crean conforme avanzan en sus intercambios comunicativos.

A pesar de las diferencias que se pueden desprender, en general, las definiciones sobre el contexto concuerdan en que hay tres dimensiones básicas: la dimensión física (*setting*); la dimensión de la actividad involucrada (lo que los participantes hacen cuando están juntos en una determinada dimensión física); y la dimensión de los participantes. De esta manera, según Jones (2004), estas tres dimensiones deben replantearse con el fin de poder dar cuenta de una manera adecuada los nuevos tipos de intercambios comunicativos propios de la CMO. En primer lugar, la dimensión física, hasta ahora, ha sido entendida estáticamente por lo que no ha podido capturar las

interacciones dinámicas que se producen en la CMO, puesto que aquí más que de un simple escenario cabría hablar de una situación construida de varias capas de realidad que se sobreponen e interactúan unas con otras. Para ello, el autor propone el término *Umwelt* –acuñado por Goffman (1959, cit. en Jones, 2004)– como el ambiente de posibilidades comunicativas del individuo, que estaría compuesto por: las múltiples posibilidades comunicativas ofrecidas a través de la pantalla, aquellas posibilidades de otros medios de comunicación que tenga a la mano y cualquiera ofrecida por otros individuos que se encuentren presentes.

En segundo lugar, los participantes del intercambio comunicativo en la CMO, por lo general, no llevan a cabo solo una acción a la vez, sino que junto con interactuar con otros, están realizando una serie de cosas aparte del intercambio. Según Jones (2004), la comunicación sería *polifocal*, en tanto los participantes saltan a través de múltiples vías de atención, sin riesgo de afectar a alguno de los otros hablantes y sus vías de atención (que en oportunidades intervienen entre ellas, pero en otras no). Por último, también debe entenderse de otra manera lo que se ha entendido por participación, es decir, quiénes son y qué rol cumplen los participantes en el proceso comunicativo *online*. Existe en estos entornos una *accesibilidad interaccional* que permitiría nuevas formas de estar presente y de monitorear la presencia de los otros, como por ejemplo lo que sucede con las listas de contactos o amigos presentes en los sitios de redes sociales. De esta manera, habría una *privacidad poblada* (*populated privacy*), es decir, el usuario alcanza un cierto nivel de control sobre cómo y por quién se encuentra monitoreado.

En conclusión, el significado de los textos no se encuentra tan solo en los elementos textuales que lo componen, sino que también en la manera en que esos elementos están situados dentro de contextos actualizados de comunicación. Específicamente, en el caso de las tecnologías digitales que facilitan la comunicación entre usuarios, el concepto se torna mucho más difícil de interpretar, tal como se ha visto anteriormente. Y es que, tal como afirman Jones, Chik y Hafner (2015, p. 9): “[Digital technologies] have altered our experience of the spatial and temporal aspects of context by creating complex ‘layerings’ of online and offline spaces”. Estas complejas capas contextuales que componen las relaciones sociales en los espacios actuales deben ser entendidas como un argumento más de que el estudio de las interacciones comunicativas en los nuevos medios tiene que considerar el desarrollo de

nuevas aproximaciones teóricas y metodológicas, de tal forma que sean capaces de estudiar los mecanismos de comunicación a través de ordenadores.

### 2.3. Principales aportaciones

La pragmática estudia los procesos por los que los seres humanos producen e interpretan significados al momento de emplear el lenguaje: busca estudiar el significado lingüístico, el de las palabras en el contexto. Este significado lingüístico (significado del hablante) se opone al significado literal o convencional (cuyo campo de estudio es la semántica). Por tanto, el significado del hablante se entiende como el significado completo del enunciado (considerando lo explícito y lo implícito). A partir de estas apreciaciones, se comenzaron a desarrollar las primeras aportaciones a la Pragmática como disciplina lingüística.

La primera aportación a esta área de estudio fue realizada por Austin en 1962. De acuerdo con Escandell Vidal (2006), los postulados de Austin se basan en tres pilares fundamentales: revalorización del lenguaje corriente, actitud contraria al verificacionalismo y, por último, la falacia descriptiva. Para Austin, el lenguaje no solo sirve para describir el mundo, sino que también para hacer cosas, por ello, en un primer momento, distingue dos tipos de enunciados (Reyes, 1995): los *asertivos* (que se identifican a partir de su valor de verdad) y los *performativos* (que se identifican a partir de su valor de *felicidad*)<sup>1</sup>. En estos últimos es en los que junto con *decir* se está *haciendo* algo, en otras palabras, los enunciados *performativos* no son ni ciertos ni falsos, sino que afortunados (en tanto se realicen de manera adecuada o no). Sin embargo, pronto se percata de que su clasificación no es del todo acertada, ya que observa que hay muchos enunciados que no se ajustan a los rasgos de los asertivos, pero que aun así manifiestan muchas de sus características (Escandell Vidal, 2006). Así, reformula lo planteado y admite que todos los enunciados, incluyendo los asertivos, podrían ser capaces de *realizar* cosas aunque no posean un acto *performativo* explícito. Con ello, distingue entre significado (lo que las palabras dicen) y fuerza (lo que las palabras hacen). Diferencia, de esta manera, tres tipos de enunciados: locucionario, el acto que produce significado; ilocucionario, el acto que produce fuerza;

---

<sup>1</sup> Otros autores, como Escandell Vidal (2006), prefieren traducir estos enunciados como *constatativos* y *realizativos*.



perlocucionario, el acto que provoca efectos en el interlocutor (o en su sistema de creencias).

En 1969, Searle sigue desarrollando las ideas planteadas por Austin hasta llegar a definir una Teoría de los Actos de Habla. Para Searle, el acto de habla es la unidad mínima de la comunicación lingüística y se encuentra regido por reglas, sobre la base de que toda actividad lingüística es convencional (Escandell Vidal, 2006, p. 64). La relación entre fuerza ilocutiva y forma lingüística es regular y constante. Las cuatro condiciones que hacen posible realizar los actos de habla son (Escandell Vidal, 2006, p. 70):

1. de contenido proposicional: características significativas de la proposición empleada para llevar a cabo el acto de habla;
2. preparatorias: condiciones que deben darse para que tenga sentido el realizar el acto ilocutivo;
3. de sinceridad: condiciones que expresan lo que el hablante siente o debe sentir al realizar el acto ilocutivo;
4. esenciales: aquellas que caracterizan tipológicamente el acto realizado

Las reglas derivadas de estas condiciones definen los actos de habla, es decir, no solo son regulativas sino que también son constitutivas. Los análisis propuestos en un comienzo por Searle, a partir de la revisión de estas condiciones, funcionan cuando hay una correlación entre la fuerza ilocutiva y la forma lingüística, por ejemplo, cuando alguien formula una pregunta y efectivamente desea preguntar algo. Sin embargo, en la comunicación los hablantes, en ocasiones, quieren decir algo diferente a lo que han expresado: a esos actos los denomina *actos de habla indirectos* (Escandell Vidal, 2006, p. 72), en los que se superponen dos actos de habla, uno literal y otro no literal. Así, el oyente interpretará como *real* al no literal, gracias a su conocimiento del contexto, determinado porque, además, en las oraciones que formaban parte del acto de habla se cumplen condiciones para el acto indirecto realizado (Escandell Vidal, 2006).

En tercer lugar, en 1975 Grice plantea que lo que se *quiere decir* tiene fuerza pragmática. Comunicarse es lograr que el interlocutor reconozca nuestra intención y no solo el significado literal de lo que se dice. La pragmática, entonces, estudia el significado intencional, lo que se quiere decir. Para Grice, el significado intencional

(que llama significado no natural) es un tipo especial de intención destinada a ser reconocida como tal por quien la recibe (Reyes, 1995). Para ello, formula su *principio de cooperación*: “Haga que su contribución a la conversación sea, en cada momento, la requerida por el propósito o la dirección del intercambio comunicativo en el que está usted involucrado” (Grice, 1975, p. 45). Este principio se compone, a su vez, de cuatro máximas generales y otras más específicas (Escandell Vidal, 2006), tal como se detalla en la Tabla 1:

Tabla 1: Máximas y sub-máximas de Grice (1975, basado en Escandell Vidal, 2006)

<b>Máximas generales</b>	<b>Máximas específicas</b>
De cantidad: se relaciona con la cantidad de información que se entrega.	Que su contribución sea del todo informativa que requiere el propósito de la conversación. Que su contribución no sea más informativa de lo que requerido.
De cualidad: se relaciona con que la contribución sea verdadera	No diga nada que crea falso No diga nada de cuya verdad no tenga pruebas.
De relación: sea relevante	No tiene máximas específicas
De Modalidad: sea claro	Evite la oscuridad de la expresión Evite la ambigüedad Sea breve Sea ordenado

Para Grice, hay una diferencia esencial entre lo dicho y lo que se comunica. Lo dicho se relaciona con el contenido proposicional, mientras que lo que se comunica es toda la información que se transmite con el enunciado, pero que es diferente al contenido proposicional, por ende, es un contenido implícito que recibe el nombre de *implicatura* (Escandell Vidal, 2006). Hay dos tipos generales de implicaturas: convencionales, aquellas derivadas del significado de las palabras, y no convencionales, aquellas generadas por la intervención de otros factores. Se dividen estas últimas implicaturas en conversacionales (cuando para su interpretación hay que invocar elementos que regulan la conversación) y no conversacionales (cuando hay que invocar principios de naturaleza estética, social o moral para su interpretación) (Escandell Vidal, 2006, pp. 82-83).

Por último, la Teoría de la Relevancia de Sperber y Wilson (1986) se basa en la hipótesis de que la interpretación de los estímulos (actos comunicativos de índole verbal o no verbal) está supeditada a la búsqueda de relevancia en la información (que está enraizada en la propia biología humana). En concreto, los postulados de la teoría de la relevancia derivan directamente de algunas de las ideas expresadas por Grice (1975, cit. en Escandell Vidal, 2006), es decir, uno de los rasgos esenciales de la

comunicación humana es la expresión y el reconocimiento de intenciones, con lo que se distancia, de una concepción del lenguaje como un sistema de código (Wilson y Sperber, 2004). Además, parte de otra idea de Grice: “las emisiones generan de manera automática una serie de expectativas que encaminan al oyente hacia el significado del hablante” (p. 238). Si bien estos son los puntos de partida, se aleja, considerablemente, de lo planteado por Grice, en tanto no se comparten diferentes aspectos de su aproximación (por ejemplo, el papel de la violación de una máxima a la hora de interpretar un enunciado o el relieve que se le da al contenido implícito en desmedro del explícito). En palabras de los propios autores de la teoría:

La tesis central de la teoría de la relevancia es que las expectativas de cumplimiento de la máxima de relevancia que suscita un enunciado deben resultar tan precisas y predecibles que guíen al oyente hasta el significado del hablante. Su objetivo es explicar en términos cognitivos razonables a qué equivalen esas expectativas de relevancia, y cómo éstas pueden contribuir a una visión empírica aceptable del proceso de comprensión (Wilson y Sperber, 2004, p. 239).

De esta manera, Sperber y Wilson (1996) postulan un modelo inferencial, en contraposición a un modelo de código. Argumentan que la descodificación es insuficiente para la interpretación de enunciados y debe combinarse con la inferencia. Asumen una postura de la comunicación de base intencional: lo importante es identificar la intención de comunicar del hablante para una correcta comprensión del mensaje (Yus, 2010). Se distinguen dos intenciones: informativa (intención de informar de algo) y comunicativa (intención de informar de la intención de informar de algo). Manifiesta la intención de informar, y mutuamente manifiesta para ambos interlocutores. El estímulo adquiere un carácter ostensivo (Reyes, 1995; Yus 2010). Los estímulos ostensivos deben cumplir tres requisitos: atraer la atención del oyente, dirigir esa atención hacia las intenciones del hablante y revelar sus intenciones. Para los autores, la inferencia es un aspecto crucial dentro de su modelo comunicativo y es definido como una operación mental por la que los participantes en una conversación evalúan las intenciones de los demás y en las que basan sus respuestas. Para Sperber y Wilson (1996) la comunicación se basa en el papel del oyente cuando infiere la intención informativa a partir de la identificación paralela de la intención comunicativa (Yus, 2010). Por su parte, el contexto es un subconjunto de supuestos sobre el mundo que el oyente usa para la interpretación de los mensajes. Lo consideran como una visión dinámica compuesta por diferentes fuentes. Para todo oyente, existe un contexto

inicial, formado por un enunciado previo de la conversación, pero ese contexto debe variar o ampliarse en la búsqueda de la relevancia (Yus, 2010). Así, mientras mayor sea la cantidad de efectos cognitivos mayor relevancia habrá. Los efectos cognitivos se relacionan con el contexto previo de tres formas: reforzando un supuesto previo, contradiciendo y eliminando un supuesto previo, combinándose con un supuesto previo para generar ulteriores efectos cognitivos. Por último, en el modelo comunicativo de Sperber y Wilson se reparte el trabajo (Yus, 2010), puesto que, por un lado, el hablante selecciona los supuestos relevantes y estímulos que conduzcan a la interpretación deseada y, por otro, el receptor realiza un refuerzo interpretativo al escoger una interpretación que satisfaga la presunción de relevancia.

A juicio de Wilson y Sperber (2004, p. 239), cualquier *input* es relevante para un sujeto cuando entra en contacto con una información previa de la que éste dispone. Sin embargo, eso no sería todo, puesto que para que un *input* dado alcance la atención del interlocutor, el mismo estímulo puede tener mayor o menor importancia o bien los supuestos contextuales sobre los que se basa la comunicación humana pueden resultar más fáciles o difíciles de entender (Wilson y Sperber, 2004, p. 241). Por lo tanto, y tal como se ha mencionado anteriormente, si no llegan a intervenir otros factores, cuanto mayor sea el esfuerzo de procesamiento requeridos para la comprensión de un mensaje, el *input* será menos relevante. Lo anterior da cuenta de una de las ideas centrales de esta teoría: la relevancia puede ser concebida en términos de efectos cognitivos y esfuerzo de procesamiento (Wilson y Sperber, 2004, p. 241). Así, el conocimiento humano tiende a la maximización de la relevancia (Wilson y Sperber, p. 243). Como sea, para que la comunicación sea efectiva se supone el empleo de un *estímulo ostensivo*:

[...] producido para atraer la atención del receptor y concentrarla en el significado del emisor. La teoría de la relevancia sostiene que el uso de un estímulo ostensivo puede generar unas expectativas de relevancia más precisas y predecibles de las que otros inputs podrían crear (Wilson y Sperber, 2004, p. 245).

Por tanto, la utilización de un estímulo ostensivo genera una *presunción de relevancia óptima*, que pretende predecir lo que el receptor “de un acto de comunicación ostensiva está legitimado a esperar en función de su esfuerzo y del efecto” (Wilson y Sperber, 2004, p. 245).

### **3. COMUNICACIÓN MEDIADA POR ORDENADOR**









El uso de las tecnologías de la información y la comunicación, en general, y de Internet, en particular, han significado un cambio radical en la manera en que se manifiestan y llevan a cabo una serie de aspectos esenciales en la sociedad. Prácticas consideradas como comunes e inherentes a las relaciones diarias entre las personas se han visto alteradas a partir, fundamentalmente, desde principios de la década de 1990. Internet, en este sentido, ha transformado los mecanismos de comunicación entre las personas al proveer nuevos canales y modos de relaciones comunicativas: como por ejemplo, el correo electrónico, las listas de discusión, los grupos de noticia, entre otros. Los resultados han sido evidentes desde ahí: un número mayor de personas es capaz de comunicarse con otras por diferentes motivos y de diferentes maneras. Lo anterior ha supuesto una cantidad de relaciones e interacciones sociales que dan cuenta del comportamiento humano bajo determinados contextos, en este caso, contextos mediatizados por la tecnología. Al crearse estos nuevos contextos de comunicación, estudiosos de diversas áreas se han interesado por investigarlos. Desde la perspectiva del estudio del lenguaje en uso y la manera en que éste se manifiesta en nuevos entornos, las preocupaciones de los investigadores se han decantado en dos orientaciones. Se percibe, por un lado, un enfoque eminentemente descriptivo, en el que se intenta describir, clasificar e interpretar el lenguaje en uso en Internet y, por otro, uno prescriptivo, que busca entregar una dirección de cómo el lenguaje en Internet debería (o no debería) ser usado. Desde esta visión, la no estandarización del lenguaje en Internet indicaría una tendencia peligrosa hacia una decadencia del lenguaje en general (Herring, 2008) y, de hecho, en cierta medida, es la postura que ha adoptado la prensa en general (Thurlow, 2006). Como sea, el interés de la lingüística por el lenguaje en Internet ha sido descriptivo, centrándose, entre otros aspectos, en sus características estructurales (especialmente la tipografía, ortografía y los neologismos) o en sus patrones discursivos (por ejemplo, las características de las estrategias de cortesía empleadas) (Herring, 2008).

De esta manera, el presente capítulo busca esbozar los rasgos más importantes de la CMO en los últimos años, en la medida en que estos nos permitirán comprender de mejor forma las características que adopta el lenguaje en los comentarios de noticias en la prensa digital.

### **3.1. Las investigaciones sobre la comunicación en Internet: una perspectiva histórica**

La comunicación humana que se realiza a través de ordenadores no es una práctica nueva: gran parte de las comunicaciones en ambientes académicos o militares ya utilizaba entornos digitales desde finales de la década de 1960. Sin embargo, para el resto de la sociedad, la comunicación entre personas que se llevaba a cabo gracias al empleo de medios tecnológicos comenzó a ser masiva desde finales de la década de 1980 y principios de la década de 1990. El principal medio para la transmisión de la comunicación humana fue, sin duda, el ordenador, a través de Internet. La creación y masificación de Internet significó un giro de 180 grados para la comunicación: las prácticas discursivas encontraron un nuevo nicho en el cual desarrollarse y explotarse con el fin de cumplir con las necesidades sociales y comunicativas de los usuarios. Así, el lenguaje ha ido evolucionando de acuerdo con las circunstancias socio-históricas en las que se encuentra, por lo que, tal como sostiene Baron (2008) la comunicación que se produce por medio de las redes tecnológicas no son la causa por la que los usuarios prioricen determinadas prácticas discursivas sobre otras, ya que los ordenadores tan solo operan como catalizadores de lo que ya ocurre en la misma sociedad: “Computers are not the cause of contemporary attitudes and practices but, like signal boosters, they magnify ongoing trends” (p. 171).

La CMO se entiende, a grandes rasgos, como la comunicación humana que se produce a través de algún dispositivo electrónico. El término incluye todos los tipos de comunicación humana, sin diferenciar su carácter discursivo o no. De esta manera, tal como plantea Herring (2001), el Discurso Mediado por Ordenador (en adelante, DMO) es la comunicación producida cuando los humanos interactúan con otros transmitiéndose mensajes a través de ordenadores conectados por red. El estudio del DMO es una especialización dentro del amplio estudio interdisciplinario de la CMO, distinguiéndose por sus focos sobre el lenguaje y sobre el lenguaje en uso en los ambientes en red y por su uso de métodos propios del análisis del discurso. Para su análisis, se emplea el *Análisis del discurso mediado por ordenador* (ADMO) –término acuñado ya por Herring en 1995– cuya definición se realiza a partir de sus objetivos que están puestos en el análisis de registros verbales. En un sentido amplio, cualquier análisis del comportamiento de los usuarios en línea (es decir, que se encuentran

conectados a través de Internet por medio de dispositivos digitales) debe estar basado en observaciones empíricas o textuales (Herring, 2004).

Desde una perspectiva propiamente lingüística, una de los estudios pioneros en el área fue el realizado por Ferrara, Brunner y Whittemore (1991) quienes se preguntaban si la naturaleza de las interacciones que se llevaban a cabo en la comunicación en línea, es decir, aquella que se lograba gracias a la conexión entre dos o más ordenadores en red (principalmente, Internet), se relacionaba más con la oralidad que con la escritura, como tradicionalmente se entienden ambos términos.

Los criterios de clasificación de los tipos de estudios en la CMO son, esencialmente, dos: uno temporal (de acuerdo con el avance tecnológico) y otro temático. Para Androutsopoulos (2013), los diferentes tipos de investigación en CMO evolucionan en constante interacción con la evolución socio-tecnológica de Internet, por tanto, es una clasificación tecnológica-temporal. El autor distingue tres etapas. En primer lugar, una *pre-web*, hasta los comienzos de la década de 1990, en los que la CMO está restringida a los intercambios interpersonales llevados a cabo en aplicaciones (o modos) como *e-mail*, listas de correo, grupos de noticia e IRC. En segundo lugar, una etapa de *web-temprana*, desde mediados de la década de 1990 hasta mediados del 2000, en donde la emergencia de la *World Wide Web* introduce páginas web personales, foros de discusión y sitios corporativos seguidos por blogs. Por último, una etapa de *web-participativa* desde mediados de los 2000 hasta la actualidad, en donde la gente usa la infraestructura que proveen los blogs, sitios de redes sociales, sitios de generación de contenido y wikis para producir y consumir contenido *web*. En el curso de este desarrollo, los medios digitales evolucionaron desde ser exclusivos socialmente a ser casi ubicuos en el mundo occidental.

Una división ya no temporal, sino que temática es la realizada por Herring (2008). La autora identifica 5 áreas principales de investigación:

1. La investigación en *clasificación* busca caracterizar y categorizar el lenguaje mediado por ordenador en relación con las modalidades tradicionales de oralidad y escritura; como modos o géneros; o en términos de rasgos, como el carácter sincrónico.

2. La investigación sobre las *características estructurales del lenguaje en Internet*, especialmente la tipografía, ortografía y neologismos. Ha sido el área más popular de investigación.
3. La investigación sobre *patrones discursivos* aborda fenómenos de tipo: pragmático, interpersonal y de variación lingüística.
4. Ha probado ser recurso muy útil por el que se puede estudiar el *comportamiento humano* de manera más general, más que preocuparse por la estructura lingüística de la comunicación que se lleva a cabo en los nuevos entornos. Conceptos clave para este tipo de investigación son: colaboración, comunidad, identidad, influencia, poder y reputación.
5. *Ecología del lenguaje y los lenguajes*: se preocupa de entender las consecuencias de la expansión de Internet en la sociedad en general. Se preocupa, por ejemplo, de la supuesta dominación del inglés casi como lengua franca en el mundo.

En la misma línea, Herring (2001, 2004) organiza su propio trabajo investigativo en tres ejes fundamentales: variables tecnológicas, como la sincronidad, el tamaño del almacenamiento, los mensajes anónimos; variables situacionales, como la estructura de la participación, aspectos demográficos, escenario, propósito, tópico; y, variables lingüísticas (o características discursivas) como la estructura, el significado, la interacción y la función social.

Por su parte, Herring, Stein, y Virtanen (2013) emplean tanto un criterio temporal (de manera no explícita, en la medida en que no dan a conocer la relación entre el avance técnico y el momento en que este fue desarrollado) como temático para organizar las investigaciones en el área. Identifican cuatro grandes instancias. La primera, desde finales de la década de 1980 y principios de la de 1990, estuvo más caracterizada por una fascinación con las características superficiales, como los acrónimos, abreviaciones y emoticonos que pretendían caracterizar a la CMO. A esta, le siguió una segunda etapa durante la década de 1990, centrada en los estudios contextualizados del lenguaje en uso en los ambientes textuales en Internet, como por ejemplo, las listas de correo. El estudio de la cortesía fue uno de los primeros tópicos en llamar la atención. Las investigaciones que se preocupaban de aspectos sociolingüísticos comenzaron a aparecer a mediados de la década de 1990. Algunas de

estas empezaron a investigar la elección lingüística y el cambio de código. Al mismo tiempo, el interés por clasificar la CMO como un todo se empezó a dejar de lado y se comenzó a optar por una clasificación por modos o géneros CMO. Por último, una cuarta etapa (no explicitada como tal) es la de la investigación en la Web 2.0 (investigación aún con muchos vacíos, de acuerdo con la apreciación de los autores).

El único intento de periodización como tal es el llevado a cabo por Tosoni (2013), quien señala “[...] we will try to sketch an attempt of periodization of Internet Studies based on the re-formulations of the concepts framing CMO systems and the Internet” (p. 128). De esta manera, identifica tres etapas principales con la probabilidad de una cuarta. La primera etapa entendía los sistemas de CMO como canales de comunicación: el medio –el ordenador como un dispositivo de comunicación– está concebido principalmente como un canal. Este canal estaría lejos de ser neutral: si se compara con la comunicación natural (cara a cara), introduciría una distorsión sistemática en los intercambios comunicativos, que podría generar efectos sobre el comportamiento. Para ello, la investigación se realizaba principalmente en laboratorios. La metáfora del canal de comunicación será el eje central del campo hasta comienzos de la década de 1990. La segunda consideraba a los sistemas de CMO como lugares: Internet ahora es un espacio inexplorado y habitado por un nuevo tipo de nativos, con sus propias costumbres, reglas sociales y culturas. El marco de investigación estará determinado por una metáfora espacial: Internet es concebido como un espacio simbólico generado por muchas personas en una comunicación persistente. Un cambio profundo con respecto a la etapa anterior: no es posible estudiar el nuevo espacio, las culturas y relaciones que ahí se alojan y las prácticas sociales que ocurren en laboratorios.

La tercera etapa, por su parte, implica un gran cambio. En esta, se considera la relación de Internet con la vida cotidiana: de la metáfora como herramienta analítica a la metáfora como objeto de investigación. A partir de mediados de la década de 1990, los sistemas de CMO se convirtieron en más fáciles de usar y más ricos en características y servicios, a los que se podía acceder principal, pero no exclusivamente, a través de interfaces de navegador (como Netscape o Internet Explorer). El objetivo común ahora es mostrar cómo las rutinas cotidianas moldean el uso de los medios y son moldeadas por ellas. Por último, la cuarta fase implica el desafío del espacio urbano para los estudios en Internet: en la actualidad el uso de los medios no está confinado ni

a un espacio físico ni a un espacio temporal de intervalos determinados. Al contrario, los medios acompañan a los usuarios a través de todos los espacios y los ritmos de la vida cotidiana. La investigación en esta área se centra en dos sub-áreas: la primera relacionada con el concepto de audiencia, que tiene como su foco principal el uso de un dispositivo móvil, servicio o plataforma; la segunda, relacionada metodológicamente con el concepto de *casa*, la fragmentación de lo urbano en lugares reconocibles.

En resumen, las clasificaciones sobre las investigaciones en CMO que consideran de alguna manera un criterio temporal coinciden, a grandes rasgos, con los hitos tecnológicos planteados por Androutsopoulos (2013), a excepción de Tosoni (2013), quien plantea en su última etapa la necesidad de considerar la relación de los usuarios con la Web, como un elemento que es parte de la construcción del usuario en relación con su contexto urbano. De esta manera, a nuestro juicio, Tosoni (2013) marca una diferencia en la conceptualización de los conceptos para clasificar las investigaciones: mientras Androutsopoulos (2013), por ejemplo, establece la suya en función de la evolución en interacción con la evolución socio-tecnológica de Internet, Tosoni (2013) rompe ese esquema al plantear, sobre todo en la última etapa, la función social que tiene el mismo dispositivo en sí para la comunicación. En este sentido, usar un móvil, por ejemplo, no tendría las mismas consecuencias comunicativas para el usuario que usar un ordenador, en tanto el ordenador se relacionaría con un espacio fijo y determinado, no así el móvil que, por su propia naturaleza, permite una fragmentación de los sitios de comunicación. Así, lleva a cabo una diferenciación entre redes (Internet) y el dispositivo tecnológico que permite la conexión a Internet.

### **3.2. Principales temas de estudio: ¿más escrito que oral?, ¿sincrónico o asincrónico?, ¿cómo se gestiona la identidad?**

Las principales áreas de investigación por parte de los investigadores de la CMO se relacionan, claramente, con las etapas e intentos de periodizaciones anteriormente mencionados. Así, el foco se ha puesto en las consecuencias que tienen para la comunicación humana las características tecnológicas de los dispositivos que la posibilitan. El estudio de las interacciones llevadas a cabo por medio de ordenadores ha significado una tarea muy difícil de superar para los investigadores del área, principalmente, por tres motivos: las diferencias en las que las interacciones están sincronizadas alteran los caminos con los que los investigadores deben tratar con temas

como *toma de turnos, adyacencia y cambio de tópico*; las herramientas semióticas que aportan las tecnologías digitales cambian las formas en las que los usuarios manejan temas como la contextualización y el monitoreo mutuo; las tecnologías digitales facilitan nuevos marcos de participación para la interacción, en el sentido en el que lo entiende Goffman (Jones et al., 2015, pp. 11-12).

En concreto, y de acuerdo con Pano (2008) y Mancera y Pano (2013), tres son las grandes áreas de investigación: la relación entre oralidad y escritura; la dualidad entre sincronía y asincronía y las nociones de identidad y comunidad en la red.

La relación que se puede establecer entre la escritura y la oralidad ha sido uno de los puntos más dominantes desde los primeros años de investigación en CMO. En los primeros años de investigación, la clasificación del tipo de comunicación que se llevaba a cabo mediante ordenadores descansaba en la evaluación sobre si se parecía más a la escritura o la oralidad. Según Herring, Stein y Virtanen (2013), esta primera etapa estuvo más caracterizada por una fascinación con las características superficiales, como los acrónimos, abreviaciones y emoticonos que pretendían caracterizar a la CMO (cf. el trabajo pionero de Ferrara et al., 1991). En la misma dirección, Baron (2008) afirmó que si bien la CMO se lleva a cabo a través de la palabra escrita, se suele pensar que es similarmente transitoria, como la palabra hablada.

Efectivamente, los textos de naturaleza digital son abiertos (en el sentido de que cualquier persona puede participar en cualquier momento de la interacción) y se ve afectado el proceso mismo de escritura (Pano, 2008), tal como ha sido entendido por los modelos cognitivos que comenzaron a surgir en el ámbito anglosajón desde finales de la década de 1980 y principios de la de 1990, es decir: planificación, composición y rescritura (cf. por ejemplo, el modelo de Flowers y Hayes, 1981 sobre las estrategias de composición escrita en el ámbito educativo). Además, tal como asegura Pano (2008), la literatura especializada ha especificado el carácter oral que presenta el lenguaje que se manifiesta en Internet, en tanto la distancia que existe entre la escritura efectiva – material – y la escritura mental es mínima en este contexto de producción. Una de las explicaciones más generalizadas, y asumidas durante mucho tiempo, fue la insuficiencia de las categorías tradicionales para explicar las consecuencias que provocaría una interactividad de este tipo en la comunicación humana (Pano, 2008, p. 25). Sin embargo, a juicio de Pano (2008), el fenómeno debe relacionarse con otros

conceptos, puesto que las influencias que ha tenido la oralidad en la escritura no se reducen a los ambientes comunicativos mediados por ordenador. Las marcas de oralidad en géneros prototípicamente escritos, como aquellos que se producen en ámbitos académicos o incluso el empleo de marcas típicamente orales en la prensa escrita demuestra que ambos registros no deben ser entendidos de manera rígida, es decir, sin vinculación entre ellos. La conexión teórico metodológica debería estar determinada por el concepto de “proximidad comunicativa y con la sensación de copresencia que favorece la tecnología” (Pano, 2008, p. 25), puesto que las tecnologías, que permiten la comunicación, facilitan un diálogo constante que se encuentra permanentemente activo en la mente de los usuarios. La autora se desmarca, de esta manera, del abordaje clásico de oralidad frente a escritura y prefiere concentrarse en aspectos diferentes, tales como la secuencialidad, la actividad, la coconstrucción del discurso y la constante reflexividad entre discurso y contexto, que permitirían que, tal como señala Baron (2008), para el eje sincronía y asincronía posteriormente, no se hable de polos opuestos sino que de puntos dentro de un *continuum*. Lo anterior reafirma el carácter dialógico de las interacciones que se originan en la CMO, un carácter dialógico diferente, ya que es mucho más dinámico que el que se encuentra en los textos escritos convencionales. Sin duda, este mismo aspecto lo señalan Jones, Chik y Hafner (2015, p. 7): “Reading and writing have become much more like having a conversation, with readers being able to ‘write back’ to writers, and writers shaping their texts in anticipation of an almost immediate response from readers”.

En segundo lugar, el carácter sincrónico o asincrónico de la CMO, de acuerdo con el medio tecnológico que la facilita, ha implicado una explicación muy fecunda en las investigaciones del área. En concreto, Pano (2008, p. 33) para dar cuenta de este tipo de comunicación planteó:

[...] en los años ochenta, un modelo teórico utilizado todavía, que se basa en la distinción entre sistemas síncronos y sistemas asíncronos y que completa de alguna manera los modelos basados en la naturaleza escrita u oral de los textos. Este modelo explora los tiempos de producción, la naturaleza de la respuesta y las relaciones que se establecen entre los actores de la comunicación.

No obstante lo anterior, siguiendo a Pano (2008), la naturaleza temporal propia de los mensajes no sería un rasgo inherente al medio, sino que es una elección del usuario, en tanto es el mismo usuario quien es capaz de gestionar el momento en que desea mantener la interacción. Con el fin de superar esta concepción temporal, la autora



propone que es posible determinar que el diálogo en Internet se encuentra constituido por la interactividad (entre una o más personas, en donde es fundamental la gestión de los turnos y la negociación y co-construcción del discurso) y la intencionalidad (determinada por la organización de las actividades interactivas de los participantes).

En tercer lugar, se encuentra la gestión de la identidad dentro de los espacios virtuales. De acuerdo con Pano (2008), los rasgos comúnmente relacionados con la identidad no desaparecen ni se reducen al apodo de los usuarios, es más “se redefinen en el contexto digital en función de la interpretación cultural del medio, de las relaciones de jerarquía o de familiaridad entre los interlocutores” (Pano, 2008, p. 61). La identidad de cada uno de los participantes de la comunicación se gestiona en comunidades, que en este caso serán virtuales, cuya constitución no puede explicarse por medio de los mecanismos que establecen las relaciones dialógicas cara a cara. En la misma línea, Androutsopoulos (2006) asegura que el concepto de comunidad en entornos virtuales, que es donde se formarían las identidades individuales, carece de los rasgos fundamentales de *comunidad* para los estudios sociológicos clásicos: membresía estable, compromiso de largo tiempo y responsabilidad social. Por lo mismo, ha surgido la necesidad de ampliar las nociones del campo, de manera de que exista un conjunto teórico y metodológico que sea capaz de describirlas. Así, según Androutsopoulos (2006), las definiciones actuales de *comunidad virtual* en la CMO varían desde versiones inclusivas (grupo de personas que interactúan en un ambiente virtual) a formulaciones de conjuntos de condiciones que tienen que ser satisfechas si un grupo de usuarios de Internet desea ser denominado como comunidad. Estas condiciones pueden ser: interacción regular sobre propósitos o intereses compartidos; desarrollo de roles sociales; jerarquías y normas compartidas; sentido de historia común; y una conciencia de la diferencia con otros grupos. Una de las propuestas más aceptadas es la realizada por Herring (2004) quien afirma que las comunidades virtuales pueden ser operacionalizadas en seis dimensiones:

1. Participación autosuficiente en torno a un grupo regular de participantes;
2. emergencia de roles, rituales y jerarquías;
3. evidencia de una historia compartida, cultura, normas y valores;
4. auto conciencia de los grupos como una entidad que es distinta de otros grupos;

5. solidaridad y soporte como evidencia, por ejemplo, de humor, cortesía y reciprocidad;
6. criticismo, conflicto y vías para la emergencia de maneras para la resolución de conflictos.

Como sea, un enfoque etnolingüístico es esencial para estudiar la CMO, además, está en consonancia con el cambio de perspectiva desde el medio hacia sus usuarios, pues enfatiza el carácter local y situado de las prácticas en Internet (Androutsopoulos, 2006).

En cualquier caso, los rasgos recién presentados (escritura-oralidad, sincronía-diacronía, identidad-comunidad virtual) se utilizaron durante mucho tiempo para la descripción del lenguaje de la CMO, sirviendo, incluso, para potenciales descripciones genéricas, es decir, con características propias y diferenciadoras de otro tipo de comunicación que no estuviera mediada por dispositivos tecnológicos (Herring, Stein y Virtanen, 2013). Sin embargo, las críticas no han tardado en emerger (tal como ya se comenzó a precisar anteriormente). A partir de las clasificaciones y descripciones realizadas, sobre todo durante los primeros años de investigación, se situaron sobre la conciencia general de la población concepciones populares sobre el lenguaje que se usa en Internet como algo diferente, homogéneo y completamente indescifrable para aquellos que no usan de forma regular la Red. Lo anterior ha derivado, a juicio de Androutsopoulos (2006), en una división del lenguaje en Internet conforme a sub-variedades que están relacionadas con diferentes modos de comunicación, así, por ejemplo, el lenguaje de los correos electrónicos será entendido como una variedad lingüística en sí misma.

Ahora bien, es empíricamente cuestionable si, de hecho, existe un lenguaje específico en los correos electrónicos, simplemente porque la vasta diversidad de escenarios y propósitos del uso de los correos electrónicos sobrepasan cualquier caracterización lingüística como algo común y con rasgos transversales a todos ellos (Androutsopoulos, 2006). Este énfasis sobre las características del lenguaje en uso específicas del medio ha dejado de lado otro tipo de investigaciones muy necesarias en el área como la relación de los factores contextuales, tecnológicos y sociales en el moldeamiento de las prácticas del lenguaje en la CMO y el rol de la variabilidad lingüística en la formación de la interacción social y las identidades sociales en Internet. Además, este tipo de enfoques ha configurado la manera en que se entiende la

relación entre la tecnología y las formas de comunicación que ha mediado; esta problemática se ha denominado *determinismo tecnológico*. Para Herring (2008), el determinismo tecnológico ha sido considerado de dos maneras diferentes: por un lado, una posición determinística fuerte, que se sustenta en que las restricciones en la producción y en la recepción en la CMO inevitablemente moldean el lenguaje digitalmente mediado y el lenguaje en uso; y, por otro, una posición más débil que sostiene que las características de tecnologías específicas predispone a los usuarios a comunicarse en ciertas vías, pero admite que los usuarios podrían superar esas predisposiciones. Estas primeras investigaciones se han centrado en el medio más que en el uso de los patrones del lenguaje que practican los usuarios (o grupos de estos), es decir, en la construcción de estilos discursivos en contextos determinados. Dicha conceptualización del fenómeno ha realzado la importancia de establecer un cambio en la orientación que debe tomar la investigación en el área, de una relacionada con el medio a una relacionada con el usuario (Androutsopoulos, 2006).

En otras palabras, es necesario considerar que los usuarios adoptan las características del medio y se adecúan a sus potenciales rasgos diferenciadores al momento de transmitir información e interactuar con sus pares, tal como señalan Thurlow y Mroczek (2011, p. xxiv-xxv): “[Technologies] are usually embedded in complex ways into the banal practices of ever [...] Technologies are thus best understood as prosthetic extensions of people’s abilities and lives, rather like the hearing aid and the paperclip”. De hecho, otorgar una importancia superlativa a las tecnologías en sí significaría no valorar las habilidades lingüísticas y comunicativas de los usuarios, por lo que el mero hecho de que los avances tecnológicos existan implicaría que el lenguaje se determinará por los rasgos técnicos que la tecnología provea. No obstante, las tecnologías digitales son, en definitiva, herramientas culturales que pueden influir, en algún grado, las vías a través de las cuales las personas se comunican, mas no determinarlas. Son los hablantes quienes tienen propósitos comunicativos, por tanto son ellos quienes escogen ciertas estrategias lingüísticas para lograrlos. En este sentido, Jones, Chik y Hafner (2015, p. 15) sostienen que:

The way people use digital technologies, and the different social practices that come to be associated with these uses, are the result of an active process of matching the kind of things people want to do with the kind of things that technologies allow them to do.

Sin embargo, poco a poco, han ido surgiendo una serie de investigaciones que sí consideran otro tipo de factores, más allá del tecnológico que permiten caracterizar la comunicación que se realiza a través de la Web de una manera más completa y fidedigna, al no interpretar todos los resultados a factores propios del medio. En este sentido, por ejemplo, Carrió-Pastor y Muñoz-Calderón (2012) buscaron clasificar las variaciones léxicas que se podrían encontrar cuando se contrastaba el lenguaje usado por hablantes no nativos de inglés al momento de comunicarse por correo electrónico. Las autoras descubrieron que los escritores no nativos de inglés variaban la mayoría de los conjuntos de sustantivos como consecuencia de la influencia de su lengua materna. A conclusiones similares llegaron Carrió-Pastor y Muñoz-Calderón (2013) (es decir, la influencia de la lengua materna es fundamental) cuando investigaron la estructura interna de los correos electrónicos en el ámbito de los negocios de hablantes no nativos del inglés.

### **3.3. El español coloquial en la conversación y su utilidad para el estudio de la CMO**

El carácter dialógico a través del cual se ha descrito la CMO ha dado lugar a un conjunto de investigaciones que adoptan los métodos del Análisis Conversacional (en adelante AC) con frutos más que satisfactorios. Bajo esta perspectiva, se entiende que las interacciones comunicativas en entornos digitales (ya sea síncrona o asíncrona) presentan rasgos que emulan los rasgos prototípicos de una conversación (Benson, 2015). Al ser una serie de rasgos los que se ven representados en la CMO, no es posible hablar de, simplemente, *conversación digital* o *conversación electrónica*, porque las interacciones no se llevan a cabo de la misma manera.

Como se ha venido planteando, las caracterizaciones que se hagan sobre la CMO deben estar relacionadas con diversas claves contextuales que faciliten su descripción, más allá del reduccionismo que significa referirse al lenguaje que se origina en las nuevas tecnologías como *netspeak* (Crystal, 2001). Por este motivo, del AC se extraen las categorías interpretativas que permitan un análisis exhaustivo de la CMO en sus diferentes modos (géneros) y canales, dichas categorías tienen que ser estudiadas a partir de los rasgos que identifican a la CMO. En otras palabras, no basta tan solo con emplear metodologías que funcionan para otros contextos comunicativos, sino que resulta necesario adaptarlos para las nuevas realidades. Este tipo de estudios asume que

los modos de CMO se encuentran en un *continuum*, en los que algunos estarán más cerca del polo netamente conversacional, mientras otros no (Herring et al., 2005).

En inglés, uno de los modelos más extendidos para el AC es el llevado a cabo por la Escuela de Birmingham, cuyos postulados se han empleado por una serie de investigaciones que asumen el carácter dialógico de la CMO. Por ejemplo, Benson (2015) admite que los comentarios de los vídeos publicados en la plataforma *Youtube* poseen rasgos conversacionales que pueden ser analizados desde esta perspectiva, con el objetivo de dar cuenta de evidencias acerca del aprendizaje de lenguas en este tipo de textos. El autor emplea las nociones de *movimiento* que se encuentra compuesto por un número determinado de *turnos* (como *iniciación*, *respuesta/iniciación* y *respuesta*). Por su parte, los estudios sobre la CMO en español que asumen el carácter dialógico, por tanto, posible de ser analizado a partir del AC, se basan en los postulados desarrollados por el grupo de estudio sobre el español coloquial Vales.Co.

Las principales propuestas (aunque no exclusivas) del grupo Vales.Co se relacionan con el estudio del registro coloquial en la conversación. Es pertinente precisar que no es igualable el término *conversacional* con *coloquial*, en la medida en que el primero se refiere a un género discursivo mientras que el segundo es un registro del lenguaje (Briz, 2010). Por tal motivo, Briz (2001) establece claras diferencias entre ambos conceptos. En cuanto registro (*coloquial*), Briz (2001) emplea los rasgos empleados por Halliday (1964, cit. en Briz, 2001) para definir los registros: *campo*, *modo*, *tenor*, *tono*. Así, el carácter coloquial se especificaría como: cotidiano, oral espontáneo, interactivo e informal (Briz, 2001). Junto con lo anterior, se reconocen una serie de rasgos *coloquializadores* y rasgos *primarios*, ambos detallados en la Tabla 2.

Tabla 2: Rasgos coloquializadores y primarios, basado en Briz (2001)

<b>Rasgos coloquializadores</b>	<b>Rasgos primarios</b>
Relación de igualdad	Ausencia de planificación
Relación vivencial de proximidad	Finalidad interpersonal
Marco discursivo familiar	Tono informal
Temática no especializada	

Por otro lado, en cuanto al género discursivo, la conversación implica una negociación con el fin de conseguir un acuerdo, por tanto, se define como una actividad eminentemente retórica que precisa de la cooperación –tal como la entiende Grice (1975, basado en Escandell Vidal, 2006)– de los interlocutores para que ésta pueda

avanzar (Briz, 2001). En concreto, los rasgos que la moldean son: la interlocución en presencia, la inmediatez, la toma de turno no determinada, la dinamicidad y la cooperación (Briz, 2001, p. 43). En cuanto a su estructura, el turno es la unidad mínima de cualquier conversación y se define como “un hueco estructural relleno con emisiones informativas que son reconocidas por los interlocutores (Briz, 2001, p. 52). Cada turno está compuesto de emisiones informativas llamadas *intervenciones*, es decir, “un enunciado o un conjunto de enunciados emitidos por un interlocutor en forma continua o discontinua” (Briz, 2001, p. 53), además, se clasifican en *iniciativas* (si dan comienzo a un habla posterior) o *reactivas*. Asimismo, dos intervenciones sucesivas de diferentes hablantes dan lugar a un *intercambio* y, por último, una sucesión de *intercambios* se constituye en una *interacción* o *diálogo* (Briz, 2001, pp. 54-55).

Dentro de esta conceptualización, el grupo Vales.Co estableció los rasgos que definían la conversación coloquial en español a partir de diferentes constantes que se manifestaban en las interacciones estudiadas. Estas constantes están relacionadas con aspectos lingüísticos y extraverbales. Dentro de los primeros, es decir, de las constantes lingüísticas se pueden mencionar, entre otros, la sintaxis concatenada, el rodeo explicativo, la redundancia, los alargamientos fónicos, mientras que dentro de los segundos, se identifican los códigos no verbales quinésico y proxémico (Briz, 2001, pp. 68-101). Además, en el registro coloquial resultan muy importantes los atenuadores y los intensificadores para la construcción discursiva, ya que permiten a los hablantes comunicarse de manera efectiva, ya que se emplean de forma estratégica para lograr metas y conseguir propósitos (Albelda y Briz, 2010). Desde esta perspectiva y en palabras de Briz (2003, p. 19):

La atenuación, como categoría pragmalingüística, es una operación lingüística estratégica de minimización de lo dicho y del punto de vista, así pues, vinculada a la actividad argumentativa y de negociación del acuerdo, que es el fin último de toda conversación. Quitar relieve, mitigar, suavizar, restar fuerza ilocutiva, reparar, esconder la verdadera intención son valores más concretos unidos al empleo del atenuante, la forma lingüística de expresión de dicha actividad, solo en ocasiones instrumento o manifestación de una función social, la de la imagen, y en concreto a veces de la imagen cortés.

De otra parte, para Briz (2001, p. 114) la intensificación se vincula con el concepto de fuerza argumentativa, al realce de algunas de las máximas de cooperación, sobre todo, de la cualidad y pertinencia de las contribuciones del *yo*, el cual emplea el intensificador para reforzar la verdad de lo expresado y, en ocasiones, para hacer valer

su intención de habla<sup>2</sup>. Por otro lado, en su análisis comunicativo sobre la intensificación, Albelda (2004, p. 282) asegura que:

[...] la intensificación se entiende como un procedimiento comunicativo por el que los interlocutores manipulan la expresión lingüística y/o su significado para producir efectos intencionados en alguno de los elementos del proceso de comunicación. La intensificación refuerza la verdad de lo dicho para hacerlo más patente y creíble, para asegurar que lo dicho es una información relevante y para garantizarse a sí mismo la aceptación de su mensaje por parte de el/los oyente/s. Los tres efectos anteriores se dirigen a influir sobre el oyente.

Como se señalaba anteriormente, diversos estudios sobre la CMO en español han empleado el paradigma de investigación sobre el español coloquial en la conversación. Uno de los estudios pioneros que consideró este enfoque fue el llevado a cabo por Sanmartín (2007) quien estudiaba las características del chat como género discursivo. La autora define el chat como una conversación tecnológica, hablada y coloquial<sup>3</sup> (Sanmartín, 2009, p. 11), en específico, señala:

[...] se observa una alternancia de turno y reversibilidad de papeles, la toma de turno no se halla predeterminada: existen intervenciones que no se convierten en turnos y escisiones conversacionales, por ejemplo. Del mismo modo, las intervenciones pueden estar dirigidas a todos los usuarios o con selección de un usuario. Se produce un dinamismo conversacional, tensión dialógica y cooperación, con grados en función del tipo de chat.

Reconoce, asimismo, rasgos que afectan tanto al ámbito y a sus participantes (que denomina como *lo coloquial*) como al medio del discurso (la planificación sobre la marcha y los aspectos gráficos). Con relación a *lo coloquial*, plantea que hay un tenor comunicativo socializador, en donde la temática es cotidiana, en tanto un tratamiento especializado del tema no corresponde a un chat de este tipo. A lo anterior, se suma, por una parte, una relación entre los usuarios establecida como de +igualdad y –poder, dado el carácter anónimo con el que se inscriben los participantes y, por otra, una relación vivencial de proximidad (Sanmartín, 2009, pp. 4-7). A su vez, con respecto a los rasgos que afectan al medio, se observa una escasa planificación, puesto que los usuarios deben escribir rápidamente para ser parte de las interacciones. Lo anterior provoca, por ejemplo, una ausencia de signos ortográficos, una sintaxis parcelada y una

---

<sup>2</sup> Dentro de este marco analítico, la intensificación está orientada hacia el emisor (un *yo*) mientras que la atenuación lo está hacia un receptor (un *tú*).

<sup>3</sup> Si bien otros autores, como Yus (2001) y Mayans (2002) habían reparado en el carácter conversacional y coloquial de los chats, estos autores no emplearon una metodología de investigación proveniente del análisis de la conversación.

ordenación singular de la información en función de los propósitos retóricos que se busquen (Sanmartín, 2009, p. 9).

A partir de géneros propios de la CMO más actuales, como las redes sociales, Mancera y Pano (2013) analizaron el discurso político a través de los intercambios de diferentes agentes en la plataforma *Twitter*. Las autoras asumen que dicha red social favorece la interacción, de tal modo, que la conversación sería el género discursivo próximo al que los usuarios se sentirían adscritos. Se favorecería, así, una impresión de cercanía y preocupación por parte de los políticos hacia sus interlocutores. De esta manera, además, se demuestra la función de la *conversación* a través de la tecnología como un aspecto que permitiría disminuir los grados de distancia entre los personajes públicos y la ciudadanía en general. Al lograrse esto, se comienza a incentivar el uso del registro coloquial por parte de todos los participantes.

En un estudio posterior, Mancera y Pano (2013b) detallaron el fuerte carácter coloquial que está presente en gran parte de las redes sociales. Las investigadoras se preocuparon por revisar los rasgos que adquiriría el lenguaje en *Twitter*, *Tuenti* y *Facebook*, es decir, las redes sociales más importantes en las que se llevan a cabo intercambios comunicativos, principalmente por medio del texto escrito<sup>4</sup>. Resulta interesante destacar los diferentes tipos de *conversaciones* que se pueden encontrar en *Twitter*, en palabras de las autoras:

[En Twitter] se desarrollan tres manifestaciones distintas de “conversación”: la del *intercambio*, con un turno iniciativo y uno reactivo que constituye un par mínimo; la de la *conversación* propiamente dicha, aunque limitada a pocos turnos, que surge de la interacción de estos intercambios; y [...] la suma de intervenciones en un *discurso colectivo* en el que los enunciados se acumulan en secuencia y en torno a un mismo tema, a partir de una misma intervención” (Mancera y Pano, 2013, p. 71).

Con respecto a los rasgos coloquiales que se evidenciarían, se identifican de acuerdo con el nivel de lengua en el que se situarían. Así, por ejemplo, distinguen entre rasgos ortográficos, léxicos y gramaticales que se encuentran en un plano similar a los descritos por Briz (2001) para el español coloquial en la conversación.

---

<sup>4</sup> Aunque se admite que existen otras redes sociales en las que hay un gran número de participantes, el hecho de que su canal de comunicación no sea eminentemente escrito, hace que no se consideren (por ejemplo, *Instagram* o *Pinterest*, que están más orientadas al intercambio de fotografías).



### **3.4. La influencia de la Web 2.0 en la comunicación**

Como se ha mencionado, las investigaciones sobre la CMO han estado determinadas por las formas y circunstancias en las que la tecnología ha avanzado. Junto con ello, ha resultado fundamental la posición de los investigadores frente a este tipo de comunicación, en otras palabras, o bien la tecnología moldea los mecanismos comunicativos que se dan en el nuevo entorno o bien los usuarios son capaces de aprehender las características que permite el medio para construir su discurso y las interacciones comunicativas. En cualquier caso, se reconoce, en general, un cambio sustancial a partir de la emergencia de la Web 2.0 como motor de las interacciones a través de Internet.

A pesar de la cotidianeidad con la que se habla de Web 2.0, en general, su definición a partir de rasgos particulares y propios es, al menos, difusa. Más aún, cuando se le intenta caracterizar conforme a sus diferencias con su antecesora: la Web 1.0. Para Cormode y Krishnamurthy (2008) es difícil determinar lo que es la Web 2.0; lo que sí es posible es establecer una clara separación entre un grupo de páginas inherentemente 2.0 y la vieja Web. Estas separaciones serían observables desde tres aristas: tecnológicas (las tecnologías usadas permiten la interacción entre los usuarios); estructurales (en cuanto al propósito y diseño del sitio); y sociológicas (en tanto permiten una relación con otros usuarios a los que potencialmente se les puede denominar amigos). Como sea, la diferencia esencial entre la Web 1.0 y la Web 2.0 es que mientras los creadores de contenido eran muy escasos en la Web 1.0 (la mayor parte de los usuarios desempeñaba un rol pasivo, de consumidores de contenido), en la Web 2.0 se han incrementado las alternativas para maximizar el potencial para la creación de contenido por parte de los usuarios, en otras palabras, los usuarios ya no son meros consumidores de contenido generado por otros, sino que ahora también son capaces de crearlo (Yus, 2010; Page, Barton, Unger y Zappavigna, 2014). En la misma línea, Herring, Stein y Virtanen (2013) aseguran que el término Web 2.0 ha sido asociado con un conjunto definido de características de plataformas web caracterizadas tanto por permitir la interacción social como por fomentar la generación de contenido por parte de los usuarios. Este conjunto se contrapone a los rasgos de las páginas de la Web 1.0, puesto que éstas tendían a pertenecer a un único autor, a menudo eran documentos estáticos e incluían páginas personales.

Asimismo, Androutsopoulos (2010) plantea que la Web 2.0 carecería de una definición ampliamente aceptada. Algunas características esenciales se fundan en las interfaces interactivas que están a disposición de los usuarios. En cualquier caso, en los primeros tiempos de la Web 1.0 el contenido era profesionalmente producido para el consumo por parte de usuarios que no podían hacer mucho más que navegar y leer. La comunicación interpersonal era llevada a cabo sobre aplicaciones anteriores a la Web y que funcionaban de forma separada a ella, como los correos electrónicos y los canales de chat IRC. Por tanto, una distinción amplia entre las aplicaciones de Internet para la comunicación interpersonal y la Web como un medio unidireccional de información persistió durante los años noventa. Durante la década del 2000 una nueva generación de sitios web integró aplicaciones para la comunicación interpersonal y herramientas para el manejo del contenido generado por el usuario. Los ambientes típicamente 2.0, como las redes sociales y los sitios para compartir contenido, ofrecen una infraestructura que debe ser asimilada y empleada por los usuarios que generan casi todo el contenido: los usuarios editan y suben nuevos textos, comentan o modifican textos realizados por otros usuarios y crean vínculos entre los diferentes tipos de texto (Androutsopoulos, 2010). En palabras de Mancera y Pano (2013, p. 20):

[...] el uso de los canales y herramientas de la Web 2.0 genera en las personas un nuevo concepto de comunidad en la que la autoridad está descentralizada y el contenido, aportado por sus pares en base a sus experiencias, se convierte en conocimiento *usable*, es decir, útil para tomar decisiones.

Un resumen con las principales diferencias conceptuales entre la Web 1.0 y la 2.0 se puede apreciar en la Tabla 3.

Tabla 3: Diferencias entre las características de la Web 1.0 y 2.0 (Herring, Stein y Virtanen, 2013)

<b>Web 1.0</b>	<b>Web 2.0</b>
Sitios Web personales	Blogs
Publicación	Participación
Enciclopedia Británica en línea	Wikipedia
Sistemas de manejo de contenido	Wikis
Fijación del contenido	Redifusión del contenido
Uso de directorios (como taxonomías)	Uso de etiquetado

Una segunda explicación de las diferencias la Web 1.0 y la 2.0 es la realizada por Hsu y Park (2011) de acuerdo con una comparación de sitios Web entre dos periodos: el primero, durante el año 2001 y luego durante los años 2005 y 2006 (cuando ya el

concepto de Web 2.0 se encontraría en uso). En la Tabla 4, se explicita dicha comparación.

Tabla 4: Diferencias entre Web 1.0 y Web 2.0 (Hsu y Park, 2011)

	<b>Web 1.0</b>	<b>Web 2.0</b>
<b>Modo de uso</b>	Lectura	Escritura y contribución
<b>Unidad de contenido</b>	Página	Registro
<b>Estado</b>	Estático	Dinámico
<b>Cómo es visto el contenido</b>	Navegadores	Navegadores, lectores de RSS, dispositivos móviles
<b>Creación del contenido</b>	Autores de las páginas	Todos los usuarios
<b>Dominio de</b>	Diseñadores	Nueva cultura pública

En la actualidad, sin ninguna duda, lo que domina en Internet son los ambientes de Web 2.0: sitios de redes sociales (como Facebook o Twitter) y sitios en donde se genera y comparte contenido creado por los usuarios (como los medios digitales de comunicación). No obstante, los fenómenos digitales propios de la Web 2.0 no deben ser entendidos como algo completamente nuevo, sino que su examen debe ser muy detallado y tratado con cuidado, debido a la tentación de considerar todo discurso web como nuevo (Androutsopoulos, 2011; Mancera y Pano, 2013; Herring, 2013). Androutsopoulos (2010) afirma que más que pensar en la Web 2.0 como un fenómeno nuevo, es mejor evaluarlo conforme a sus aspectos innovadores en comparación con las etapas anteriores en la investigación de la CMO. El autor reconoce cuatro dimensiones del lenguaje en la Web contemporánea. En primer lugar, la dimensión organizacional del lenguaje en la interfaz de la Web está reducida a ítems léxicos aislados y la coherencia está constituida a través de una sintaxis visual, junto con la elección de la tipografía y el color. En la interaccional, por su parte, las formas contemporáneas de conversación en línea comparten con los foros web una relativa carencia de regulación institucional y una proliferación de las características que han llegado a caracterizar la escritura informal en línea. La interacción hoy en día también parece más densamente intercalada con aspectos multimedia que las etapas anteriores de CMO. En tercer lugar, la dimensión relacionada con la autopresentación de los usuarios en los entornos digitales, ejemplificados en las páginas de perfiles en las redes sociales, debe ser vista como una continuación de las páginas personales, que iniciaron la práctica de la autopresentación en la Web. Por último, la principal innovación en los ambientes web 2.0 serían los espectáculos (Androutsopoulos, 2010, p. 210), entendidos como aquellos contenidos multimedia colgados por los usuarios en sitios que comparten contenido

medial, el cual a menudo está incrustado en otras páginas web. Esta metáfora sugiere que estos espectáculos son exhibidos a una audiencia, son vistos más que leídos, son principalmente percibidos y consumidos como entretenimiento y provocan respuestas, que son usualmente expresadas como comentarios o respuestas con vídeos (u otro medio, como las imágenes). Los espectáculos son relativamente nuevos para la Web, porque su producción, circulación y consumo requieren estándares tecnológicos que no están disponibles a larga escala. En la Tabla 5, se resumen estas dimensiones.

Tabla 5: Cuatro dimensiones del lenguaje en la Web 2.0 (Androutsopoulos, 2010, p. 211)

<b>Dimensión</b>	<b>Rasgo principal</b>	<b>Mediador</b>	<b>Sitio típico</b>
Organización	Constituye interfaces web como parte del diseño de la misma página web	Diseñador del sitio	Sitios de redes sociales y sitios para compartir contenidos
Autopresentación Espectáculo	Recursos para las páginas de perfil Parte del material multimedia que la gente cuelga en Internet y lo pone a disposición del resto de usuarios	Usuario Usuario	Sitios de redes sociales Sitios para compartir contenidos (e incrustados en sitios de redes sociales)
Interacción	Medios para la comunicación interpersonal y comentarios sobre estímulos	Múltiples autores	Sitios de redes sociales y sitios para compartir contenidos

A pesar de todas estas características, el concepto de Web 2.0, junto con ser difícil de definir, no ha sido bien recibido por toda la comunidad investigadora. Por ejemplo, Herring, Stein y Virtanen (2013) observan que, desde afuera, la noción de Web 2.0 ha sido controversial, puesto que sus críticos claman que es un término publicitario más que una real revolución en el contenido Web: se cuestionan si la Web efectivamente es diferente desde un punto de vista cualitativo y si los rasgos agrupados como Web 2.0 forman un conjunto coherente. En la misma dirección Page, Barton, Unger y Zappavigna (2014, p. 9) insisten:

Rather than demarcating a single, unified transition which contrasts communicative genres based on clear criteria, the term “web 2.0” is better understood as a rhetorical label on which was particularly important for strategically reframing e-commerce in the early twenty-first century.

Por este motivo, optan por no emplear el término Web 2.0, sino que en su lugar prefieren referirse a *social media* (redes sociales), puesto que “it allows us to examine aspects of the interactions in online contexts that are reshaped in relation to their social uses and characteristics of the media are employed” (Page, Barton, Unger y Zappavigna, 2014, p. 9).

Se requieren, por tanto, sistemas de clasificación discursiva que permitan comparar los mecanismos comunicativos de las redes sociales con otros canales. El esquema más extendido y aceptado de clasificación del DMO es el propuesto por Herring (2007). El esquema está guiado por la convicción de que el DMO es sujeto de dos tipos básicos de influencia: del medio (tecnológico) y de la situación (social). El primer conjunto de categorías describe las características tecnológicas de los sistemas de comunicación basados en ordenador, mientras que el segundo conjunto se compone de factores sociales asociados con la situación o el contexto de comunicación. Como sea, estos dos conjuntos de categorías no son concluyentes: factores adicionales pueden ser añadidos si hay evidencia justificada de que ellos afecten el discurso en línea. Además, dentro de cada conjunto, las categorías no están ordenadas y no se asume *a priori* si una es más relevante que otra. El resumen y la explicación de cada uno de los factores se explicita en la Tabla 6.

Tabla 6: Factores para la clasificación del DMO (Herring, 2007)

<b>Factores del medio</b>	<b>Sincronicidad</b>	<b>Conexión al mismo tiempo entre los usuarios.</b>
	Transmisión del mensaje	La transmisión se realiza mensaje por mensaje o caracter por caracter.
	Persistencia de la transcripción	El tiempo que se mantienen los mensajes almacenados.
	Tamaño del mensaje	Número de caracteres que el sistema permite en un único mensaje.
	Canales de comunicación	Formas de comunicación propiamente tal (texto, audio, vídeo, imágenes, etc.)
	Mensajes anónimos	Alguien con identidad desconocida se puede contactar con otro usuario
	Mensajes privados	Un usuario se puede contactar en privado con otro
	Filtración	Hay administradores que filtran los mensajes
	Citación	Los mensajes se pueden incrustar para facilitar la interacción
	Formato de los mensajes	Determina la presentación visual de los mensajes.
<b>Factores situacionales</b>	Estructura de la participación	Número de participantes
	Características de los participantes	Características ideológicas o demográficas
	Propósito	Metas de la interacción
	Tópico	Tema
	Tono	Formal o informal
	Actividad	Acción llevada a cabo
	Normas	Prácticas establecidas aceptadas por el grupo
	Código	Variedad de la lengua

### **3.5. El comentario a noticias digitales: un acercamiento desde la CMO**

Como se indicado antes, el cambio a una Web en la que los usuarios tienen más opción tanto de interactuar con otros como de generar contenidos de una manera nunca antes vista ha forjado nuevas instancias de participación comunicativa. Espacios típicamente diseñados para la transmisión de información a partir de una o diferentes fuentes ahora han visto sus paradigmas de producción alterados. Uno de estos espacios es, sin lugar a dudas, la prensa digital. Tal como se revisará posteriormente, desde el ingreso de la prensa al ambiente digital se han sucedido una serie de etapas en las que los periódicos han considerado la participación de los usuarios según las herramientas tecnológicas que están disponibles como el valor que otorga cada diario a la interacción con sus lectores. En este apartado, nos centraremos en los estudios de los comentarios de noticias en la prensa digital a partir de diferentes investigaciones que se han realizado desde la CMO.

En cuanto al tipo de discurso, tal como se ha indicado, no es posible considerar a cualquier forma nueva de comunicación generada bajo el alero de la tecnología como un fenómeno sin precedentes, en otras palabras, la mayor parte de los discursos web no son ahistóricos, sino que es factible rastrear comportamientos comunicativos con los cuales emparentarlos (Thurlow y Mroczek, 2011; Mancera y Pano, 2013). En este sentido, Herring (2013) establece un esquema de clasificación en el que identifica tres tipos de discurso 2.0: familiar, que representa los mismos fenómenos discursivos ya descritos en las primeras formas de CMO a principios de los años noventa; reconfigurado, que se ha adaptado a los cambios tecnológicos del entorno, por ende, ha producido cambios en las prácticas comunicativas; y, emergente, que no tiene precedente alguno en los estudios de CMO. Bajo esta perspectiva, los comentarios de noticias serían un tipo de discurso reconfigurado, puesto que se relacionarían con los antiguos foros de discusión descritos desde el comienzo del estudio de la CMO (Gouti, 2006), pero que han adoptado nuevos rasgos a partir de las características tecnológicas propias del medio que permite la interacción.

La investigación sobre los géneros en la Web es un área de investigación de gran importancia para los estudios de recuperación de información, en tanto su objetivo es intentar describir las características transversales a los diferentes géneros web con el fin de automatizar su detección y posterior clasificación (Santini, Mehler y Sharoff, 2011).

Se han realizado descripciones genéricas muy completas, por ejemplo, sobre las reseñas digitales a películas, en las que se han descrito las etapas obligatorias y las características léxico-gramaticales de cada una de éstas (Taboada, 2011), o sobre los *blogs* (Herring, Scheidt, Bonus y Wright, 2004). En cualquier caso, son pocas las investigaciones que se han preocupado por describir el carácter genérico de los comentarios integrados en la prensa digital.

Una de las caracterizaciones sobre el carácter de los comentarios de noticias digitales es el llevado a cabo por Bruce (2011). Bruce señala que dos de las aproximaciones a la noción más importantes dentro de los estudios discursivos (el enfoque sistémico funcional y el enfoque del inglés para propósitos específicos) presentan un conjunto de problemas que surgen cuando se pretende establecer la relación entre el rol del conocimiento lingüístico en la identificación de los géneros y la teoría de la categorización en sí (Bruce, 2011, p. 328). El autor prefiere aproximarse al fenómeno desde el concepto de género desarrollado por él mismo. Por un lado, el género tendría un carácter social, que incluye conocimiento como el contexto, epistemología, posición del escritor y esquema de contenido. Por otro, uno cognitivo, que involucra: ciertos tipos de objetivos retóricos ejemplificados en un pequeño número de patrones textuales típicos; relación de las estructuras jerárquicas superiores; y el conocimiento procedimental. Bajo esta perspectiva, el autor analiza el género web denominado *artículo de noticias participativo* como un todo, en otras palabras, lo entiende como un género híbrido compuesto:

[it] is a concatenation of the established genre of the written newspaper article [...] a conventional, rhetorically organised text belonging to a recognised genre category, while reader comments belong to the area of interactive discourse, and tend to share the characteristics of informal, written interactions typical of email communication (Bruce, 2011, p. 333).

El análisis específico de la sección de comentarios arrojó que la organización interna de cada comentario seguía un patrón simple de: a) una declaración de opinión, seguida por, b) la justificación de esa declaración.

A pesar de esta definición inclusiva de las noticias digitales que integra a los comentarios por parte de los usuarios –es una conceptualización que las considera como un híbrido, compuesto por dos partes, una estática (la noticia) y otra interactiva (los comentarios)– en general no existe consenso sobre su denominación. Lo anterior

reafirma la complejidad que existe al momento de asignar nombres y describir géneros en la Web. En concreto, se han encontrado dos aproximaciones diferentes sobre la naturaleza de los comentarios de noticias digitales.

Por un lado, un conjunto de investigaciones sitúa el fenómeno dentro de lo que se denominaría como *blog periodístico* (González y López, 2013; Arancibia y Montecinos, 2013; González Arias, 2014): se entiende a los blogs, en general, como facilitadores de la participación ciudadana y a los blogs periodísticos, en particular, como un género compuesto, formado por un género periodístico prototípico (noticia, reportaje, columna, entre otros) y un género periodístico emergente, en proceso de formación, como lo es el comentario electrónico (Arancibia y Montecinos, 2013; González Arias, 2014). Según González Arias (2014, p.156):

Como producto de esta actividad comunicativa, se genera una unidad textual con diversas características: compuesta, compleja, colectiva y abierta. La denominamos compuesta porque queda constituida por el texto del artículo periodístico y un número indeterminado de piezas textuales correspondientes a los comentarios. Es compleja porque un texto depende del otro: la participación de los comentaristas se produce como reacción al artículo principal o como reacción a otro comentario, estableciendo intrincadas relaciones entre todos los participantes.

Gráficamente, la estructura de este tipo de discursos se visualizaría como se muestra en la Figura 1.

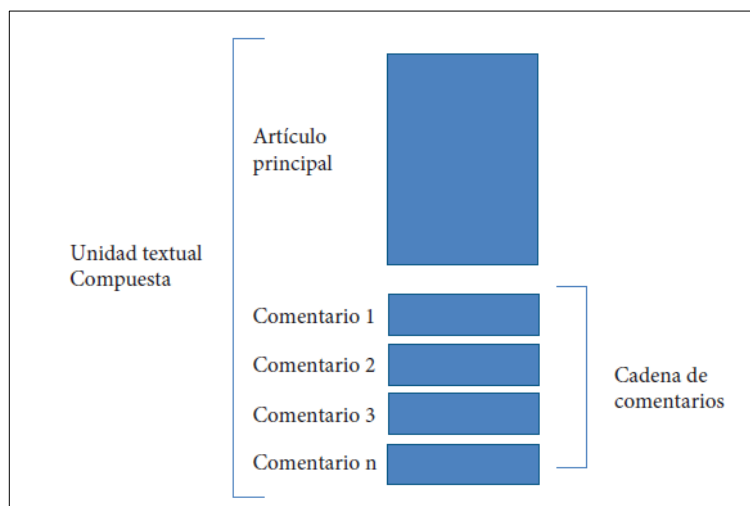


Figura 1: Estructura del blog periodístico (González Arias, 2014)

Por otro lado, una segunda denominación es la dada por Pérez-Sabater, Peña-Martínez, Turney y Montero-Fleta (2008) y Montero-Fleta, Montesinos-López, Pérez-Sabater y Turney (2009) entre otros, quienes comprenden el fenómeno de los comentarios de noticias como parte de un foro que está integrado en los periódicos



para que los usuarios puedan interactuar. En este sentido, implícitamente, admiten sus principales rasgos, tal como los entiende Gouti (2006):

En los intercambios en un foro de debate nos encontramos con un sistema híbrido, debido a la particularidad del medio de comunicación: por una parte, el tiempo y el espacio están cerca del universo oral y, por otra, se utiliza formalmente el escrito (...) [además] Por sus propias modalidades de realización, la situación de comunicación generada por el foro de debate hace que la actitud de los interactantes frente a sus propias producciones lingüísticas y a las de sus interlocutores pondrá en funcionamiento una modalización original del discurso.

Sin embargo, creemos que estas aproximaciones al fenómeno carecerían de una contextualización adecuada, en la medida en que no consideran factores culturales o situacionales que incidan en estas nuevas prácticas discursivas. Por un lado, no se sigue el esquema propuesto por Herring (2007), en el cual se establecen los rasgos destacables de cualquier nuevo entorno comunicativo digital en el DMO. Por otro, y quizá más relevante aún, estas caracterizaciones no toman en cuenta las circunstancias históricas, culturales y tecnológicas en las que la participación de los usuarios se ha transformado en algo fundamental. En otras palabras, el estudio de los comentarios de noticias debe reconocer, estudiar y valorar la transformación del proceso de elaboración de noticias que ha tenido lugar en las últimas décadas, puesto que, en último término, es en la prensa digital en donde se producen estos discursos. Creemos, además, que no se consideran las plataformas que emplea cada medio para fomentar la participación de los usuarios, por lo que, en general, estas aproximaciones carecen de rasgos definitorios que moldean la interacción de los lectores, como lo es, en la actualidad, el empleo de redes sociales (como Facebook) para comentar las noticias.



#### **4. EL PERIODISMO DIGITAL**







El masivo uso de las tecnologías ha significado un cambio radical en la manera en la que entendemos la práctica de la transmisión y difusión de la información noticiosa. En este nuevo contexto, la participación de los lectores en diferentes momentos de la producción periodística ha comenzado a jugar un rol fundamental: ha pasado de ser un usuario principalmente pasivo a desempeñar un papel muy activo. En este capítulo, se revisarán las características más importantes que ha adoptado la prensa digital en su relación con los usuarios, fundamentalmente, a partir de los estudios de la ciencia de la información.

#### **4.1. El lenguaje en la prensa digital**

Uno de los cambios más relevantes en la historia de la humanidad estuvo representado por la invención de la imprenta. La creación de un mecanismo que permitiera reproducir cualquier documento provocó una democratización, en cierta medida, de la lectura a nivel general. Fue tan importante la creación de la imprenta que se plantea que no hubiese existido bajo ninguna circunstancia la reforma protestante, en tanto aquella permitió una lectura íntima e individual de la Biblia (Boni, 2008). Sin embargo, la imprenta no solo originó uno de los giros religiosos más importantes del mundo moderno, sino que también influyó en los mecanismos a partir de los cuales las noticias se daban a conocer a la población, lo que contribuyó a la creación de las *comunidades imaginadas nacionales*, en otras palabras, acentuó el sentido de nación dentro de un determinado grupo. Al respecto, Boni (2008, p. 23) señala:

[...] la invención de la imprenta y la consiguiente difusión de libros y periódicos favoreció el nacimiento de las “comunidades imaginadas nacionales” [...] la nación es imaginada puesto que las personas que son invitadas a formar parte de ella no conocerán nunca a la mayor parte de los propios paisanos, ni tendrán de ningún modo noticias suyas; en cualquier caso, tendrán anteriormente la imagen y el significado de su participación en esa comunidad. Además, de imaginada, la nación se concibe como limitada: por muy amplias y ambiguas que sean, la nación tiene siempre fronteras, más allá de las cuales se encuentran otras naciones.

En la misma línea, la creación de los periódicos le dio una estabilidad y estandarización a la lengua que representaba a los colectivos de personas que comenzaban a conformarse como una nación. Por tanto, desde un punto de vista lingüístico, la función de la prensa impresa ha significado un punto de partida para la conformación de las identidades culturales y nacionales.

Sin embargo, tal como se ha venido mencionando, el fuerte cambio que ha producido la tecnología en la manera en que se transmite la información, nos hace preguntarnos si las características lingüísticas de la prensa impresa (es decir, tradicional) presenta alguna diferencia con la prensa digital. Dicho cuestionamiento busca, solamente, entregar alguna pista sobre las diferencias en el uso de la lengua, más allá de las distancias propias que facilita el medio tecnológico (por ejemplo, el uso de vídeos o hipervínculos). Lamentablemente, no abundan las investigaciones sobre las diferencias (si las hubiera) entre el lenguaje de la prensa escrita y el de la prensa digital, lo que nos entregaría luces sobre los rasgos inherentes a esta.

A pesar de dicha carencia, en el ámbito hispánico se han llevado a cabo diversos esfuerzos que buscan definir ciertos rasgos de la prensa digital. En este sentido, una tendencia hacia la oralización (que otorgaría a las noticias características más coloquiales) de los discursos periodísticos ha sido una de las interpretaciones más extendidas. Desde esta perspectiva, Mancera (2011) analiza diferentes géneros periodísticos que han surgido en la prensa digital: los comentarios de noticias, la crónica en directo, *blogs* de periodistas y las entrevistas a los lectores. En todos ellos, la autora reconoce, de diferentes maneras, cómo la práctica periodística se ha ido abriendo camino hacia la audiencia, empleando para ello las facilidades interactivas que otorga el medio tecnológico. En este sentido, en los *cibermedios* de carácter periodístico, la estrategia primordial sería el empleo de lo *coloquial*. Así, Mancera (2011) da a conocer una serie de estrategias, propiamente orales y coloquiales, que se han convertido en rasgos propios de estos nuevos géneros: alteraciones del orden predicativo (en el caso de la crónica en directo) o alteraciones ortográficas en el caso de los comentarios, que reflejarían una inmediatez comunicativa. No obstante, la autora es consciente de que estas descripciones responden a diferentes y nuevos géneros periodísticos, sin que ello dé cuenta de las características de las mismas noticias digitales: “en el futuro sería conveniente realizar también un análisis pormenorizado sobre la ‘coloquialización’ creciente de las noticias” (Mancera, 2011, p. 284). En esta dirección, apunta Mancera (2014) quien analiza los rasgos coloquiales presentes en un corpus de titulares de noticias digitales, desde un punto de vista de estudios sobre los recursos tanto léxicos como morfosintácticos. A juicio de la autora:



[...] tal coloquialización parece responder no tanto a la situación de comunicación de la que las noticias forman parte, como a la voluntad de estilo de sus redactores [...] tal estrategia precisa una cierta colaboración por parte de los lectores, que deben ser capaces de restaurar los elementos prosódicos y el contorno entonativo, indesligable de estructuras como las ya mencionadas. Es más, la asimetría entre sintaxis y semántica confiere gran importancia al componente pragmático, esencial para poder interpretar unos titulares que en muchos casos remiten al conocimiento compartido entre el periodista y los destinatarios de sus textos. Todo ello forma parte de una estrategia comunicativa puesta en práctica por las ediciones digitales de la mayor parte de los diarios españoles para seducir a los lectores ya desde el encabezamiento de las noticias, e incitarlos a acceder al hipervínculo que permite el acceso a la información completa publicada por el medio en cuestión (Mancera, 2014, p. 94).

#### 4.2. Comunicación de masas y comunicación interpersonal

El concepto de *público*, a juicio de Boni (2008), es un término ambiguo y ambivalente si se considera el prisma desde el que es entendido. Puede ser interpretado, por un lado, como un *mercado de consumidores* que tiene como límites los estándares económicos y comerciales que sustenten la sociedad en la que estos se encuentran; por otro, puede ser entendido como una *masa* “y será, por tanto, heterogéneo, anónimo, disperso, un grupo social preexistente a los medios de comunicación, caracterizado por unos vínculos sociales y por una red de relaciones de interacción entre sus miembros” (Boni, 2008, p. 205). Es, entonces, a la *masa* a la que se dirigen los medios, considerando, al mismo tiempo, que ésta se conforma de diferentes *públicos*, cada uno con rasgos difusamente definidos que no permiten una distinción clara.

Asimismo, las tecnologías han desdibujado las fronteras tanto entre la comunicación interpersonal y la de masas como los roles que comunicadores y lectores asumen usando los nuevos sistemas. Algunas tecnologías de la comunicación están cambiando la manera de recepción por la cual los individuos adquieren información desde fuentes tanto institucionales como interpersonales. Tradicionalmente, los procesos de comunicación de masas han sido conceptualizados como aquellas transmisiones de una sola vía de mensaje (*one-way*), desde una única fuente, hacia una larga y relativamente indiferenciada y anónima audiencia (Jucker, 2003). En contrapartida, la comunicación interpersonal se ha entendido a partir de un número menor de participantes que intercambian mensajes diseñados directamente a otros usuarios que están muy identificados (se sabe quiénes son esos usuarios). En otras palabras, la comunicación interpersonal ha sido considerada como un intercambio de mensajes no mediatizado (en el sentido de que no existe un medio que filtre la

información que le llegará al receptor, como lo que sucede en el caso del periodismo tradicional en papel, en el que el rol del editor es primordial para mantener la línea editorial del periódico); bi-direccional entre dos o más individuos, en el cual las estrategias comunicativas son moldeadas por las metas instrumentales; y relacionales de los individuos involucrados y el conocimiento sobre las preferencias idiosincráticas del otro (O'Sullivan, 2005; Walther et al., 2010, p. 19). Tal como señalan Walther et al. (2010), a pesar de la utilidad que traería a la ciencia que se estudiaran en conjunto, ambas han sido investigadas de manera aislada debido a, esencialmente, diferencias académicas. Las relaciones interpersonales han sido investigadas desde la psicología, la sociología y la antropología, que han ayudado a solidificar la relevancia de la investigación científico social en las interacciones cara a cara, en tanto la investigación de la comunicación de masas ha sido examinada principalmente desde la sociología y la ciencia política. Asimismo, las investigaciones en una u otra área han ocupado concepciones de partida sin establecer mayores reflexiones. Al respecto, O'Sullivan (2005) asegura que la mayor parte de las investigaciones en comunicación de masas asume que: (a) la comunicación de masas requiere el uso de canales de comunicación de masas tradicionales (como la televisión o la radio) y (b) la comunicación a través de canales de comunicación de masas es por definición comunicación de masas; mientras que la mayor parte de las investigaciones en comunicación interpersonal asume que: (a) ocurre a través de canales de comunicación interpersonal (como, por ejemplo, el teléfono) y (b) ocurre en un mismo tiempo y espacio.

Sin embargo, el empleo de las tecnologías ha ayudado a desdibujar estas fronteras teórico metodológicas. Por ejemplo, los mensajes publicados por los usuarios en las redes sociales presentarían rasgos de ambos tipos de comunicación constituyéndose en una especie de híbrido comunicativo. El intercambio de mensajes es inherentemente interpersonal y, al mismo tiempo, el que sea público es raro y comparable con otras pocas formas de comunicación, como por ejemplo, el grafiti (Walther et al., 2010). Los medios de comunicación de masas estarían viviendo una revolución de una magnitud similar a la creación de la imprenta: la prensa impresa hizo posible la producción en gran escala de copias idénticas de un mismo texto, lo que abarató los costos de producción y permitió su acceso a gran parte de la población (Jucker, 2003). Jucker (2003) identifica seis aspectos esenciales en los que la prensa tradicional impresa ha cambiado con respecto a la prensa digital:

1. Integración de los diferentes canales de comunicación como texto escrito, fotografías, animaciones, sonido, etc.
2. Las noticias se están transformando en algo más personal y orientándose a públicos específicos.
3. Hay un nuevo nivel de interacción e interactividad en las noticias *online*.
4. La vida útil de la información se está alterando: antes la información tenía una duración de 24 horas, ahora, se está reduciendo ese tiempo.
5. Los patrones de recepción sincrónica y lineal de la radio y la televisión están siendo remplazadas por patrones de lectura asíncronos y selectivos, típico de los diarios.
6. Los diarios están perdiendo su carácter fijo, porque el formato de publicaciones electrónicas los hace susceptibles a modificaciones inmediatas y cambios donde sea que esos cambios sean recibidos.

En este sentido, la función de las redes sociales dentro de los estudios de comunicación de masas e interpersonal ha comenzado a adquirir una relevancia no menor, en la medida en que está redefiniendo y aunando la participación de los usuarios en el proceso comunicativo en general. Para Boyd (2010), los sitios de redes sociales deben ser entendidos como un género de *networked publics*, es decir, públicos que están modificados y transformados por las tecnologías propias de la Red y que son, al mismo tiempo, tanto el espacio construido a través de las tecnologías como el colectivo imaginario que emerge como el resultado de la intersección de personas, tecnologías y prácticas (p.39). Lo que distingue este tipo de público de otros es su estructura subyacente, determinada por la arquitectura en la que están desarrollándose, puesto que las tecnologías de la red reorganizan cómo fluye la información y cómo la gente interactúa tanto con la información como con los otros. Así, la autora señala que la diferencia fundamental radica en la distinción llevada a cabo ya por Negroponte en 1995 sobre las arquitecturas físicas y las arquitecturas digitales. Las arquitecturas físicas están compuestas de átomos mientras que las digitales lo están de bits. Las propiedades subyacentes de los bits y los átomos distinguen fundamentalmente estos dos tipos de ambientes, define qué tipo de interacciones son posibles y moldean cómo la gente se compromete con esos espacios (Boyd, 2010). Tanto las características de cada entorno tecnológico como el tipo de relaciones sociales que se establecen en ellos se asientan como pilares fundamentales para entender el nuevo entorno comunicativo.

Así, se forma un ambiente de oportunidades comunicativas que deriva en una estructura integrada de posibilidades que los usuarios explotan de manera efectiva (Madianou y Miller, 2013). Cabe destacar que el énfasis en esta perspectiva está siempre puesto en el significado del medio, en tanto este se define a partir de su diferenciación con los demás medios de comunicación, vale decir, muta desde un enfoque sobre las características de cada medio particular como tecnología discreta, a un entendimiento de los nuevos medios como un ambiente de posibilidades. Los usuarios son capaces de escoger de acuerdo con las ventajas que les otorga un medio específico en su relación con el resto del sistema que integra las posibilidades (Madianou y Miller, 2013).

Con el fin de superar la dicotomía entre la comunicación de masas e interpersonal gracias a la presencia de las tecnologías, O’Sullivan (2005) propone un nuevo modelo, denominado *Masspersonal Communication Model*, en el cual las formas de comunicación se distinguen en su variación en dos dimensiones, a saber: exclusividad del acceso al mensaje y personalización del mensaje (ver Figura 2).

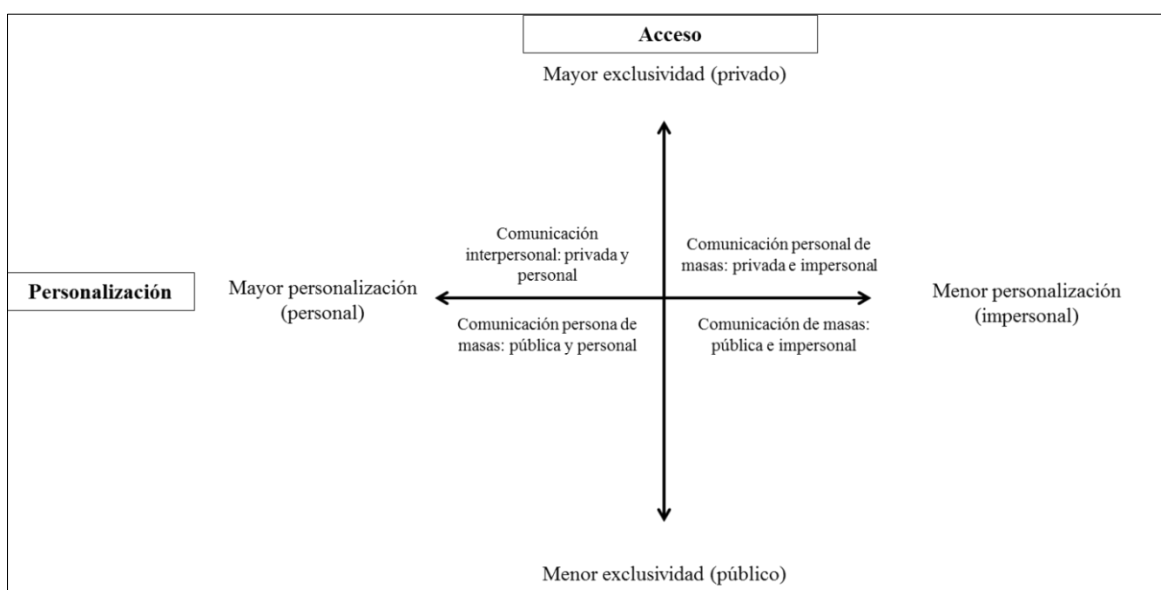


Figura 2: *Masspersonal Communication Model* (O’Sullivan, 2005)

El acceso se refiere al grado de acceso a un mensaje particular en cualquier momento. En un final del continuo, habrá solo una persona. En el otro final, la audiencia más amplia posible, para cualquiera y para todos. Por su parte, la personalización involucra el grado por el cual los receptores perciben que un mensaje refleja sus características únicas que definen a los usuarios como individuos

diferenciados por sus intereses, historia, relaciones. En un final del continuo está la máxima personalización posible, lo más personalizado para el receptor. Ambas dimensiones permiten crear un continuo basado en la gradación de la presencia de cada uno de estos conceptos. De esta manera, O'Sullivan (2005) propone un marco de acción que permite situar en un mismo plano a los diferentes actores del proceso comunicativo que se lleva a cabo en la prensa digital.

### 4.3. Periodismo participativo

La participación de la ciudadanía se ha transformado en una de las características fundamentales del periodismo desde el comienzo del siglo XXI. Sin embargo, esta participación no es solo fruto del azar y ni siquiera es un rasgo exclusivo de la práctica periodística: estaríamos viviendo inmersos dentro de una *cultura de la participación* (Jenkins, 2008), la que no tiene barreras para la expresión ciudadana, que apoya la creatividad y la puesta en común de acciones propias y colectivas (Aparici y Acedo, 2013) en la medida en que los usuarios son conscientes y creen en la importancia que tienen sus aportaciones en el contexto en que se sienten parte de un conjunto de sujetos que valorará las conexiones que se pueden llegar a establecer entre ellos. Para Aparici y Acedo (2013), una comunicación horizontal y no vertical es el fundamento principal para la construcción de una relación colaborativa. Con el fin de conseguirla, los autores identifican cuatro conceptos que la subyacen y que se convierten en indispensables. En primer lugar, señalan que la *participación* no es un fin en sí misma sino que es más bien un medio. La participación es la que permite tomar parte e intervenir en la vida social y se manifiesta como herramienta al servicio de la ciudadanía. En segundo lugar, distinguen entre *participación*, en tanto propiedad proporcionada por la cultura, e *interactividad*, en tanto propiedad facilitada –mas no proporcionada exclusivamente– por la tecnología. Si bien ambos son términos que están muy relacionados entre sí, ya que dependen de los propios usuarios para su existencia, es conveniente realizar una distinción teniendo en cuenta las confusiones terminológicas que se pudieran efectuar.

El concepto de interactividad ha sido considerado como central para la mayor parte de los estudios en los nuevos medios. Para Bucy (2004, p. 375), la interactividad debe reservarse para describir los intercambios comunicativos recíprocos que involucren

alguna forma de nuevos medios (*media*) o tecnologías de la comunicación e información. De esta manera, no puede ser considerada como un sinónimo de interacción social, conversación persona a persona o cara a cara, sino que es un caso de interacción social mediada. Esta interacción social mediada tiene que comprenderse de dos maneras diferentes: por un lado, lo que ocurre en los *chats* o los foros de discusión, pero también, por otro lado, puede tomar la forma de interacciones impersonales, es decir, con agentes no humanos, como juegos de ordenador, transacciones comerciales digitales, descarga de audio o vídeo, etc. (Bucy, 2004, p.375). Las definiciones que sitúan a la interactividad como una parte de la tecnología tienen sus limitaciones, ya que no consideran cómo los diferentes medios pueden ser vividos por los diferentes grupos de usuarios. Así, definir la interactividad solo como aquellas acciones y reacciones que son físicamente observables no permite entender la interactividad, ante todo, como un factor experiencial más que tecnológico (Bucy, 2004, p. 376). Una crítica similar explican Boczkowski y Mitchelstein (2012), quienes afirman que el estudio de la interactividad se ha centrado en demasía en aspectos tecnológicos, dejando de lado cómo los usuarios se apropian de las capacidades y potencialidades interactivas facilitadas por los entornos tecnológicos. Por tanto, la interactividad debiera entenderse, tal como aseguran Bucy y Tao (2007, p.647) “as technological attributes of mediated environments that enable reciprocal communication or information exchange, which afford interaction between communication technology and users, or between users through technology”. Así, tal como precisan Toural, Limia y López García (2013), las herramientas tecnológicas son una condición necesaria para el inicio de un discurso interactivo, pero la mera presencia dice poco sobre cómo son utilizados y la reacción que generan en los usuarios. De aquí, se desprenden las tres orientaciones que ha adoptado el término *interactividad* (Ziegele, Breiner y Quiring, 2014):

1. Como un atributo técnico de los sistemas de medios: los estudios han encontrado que los atributos técnicos o estructurales de los servicios en línea determinan hasta un cierto grado el número de interacciones y guían la manera en la cual ellos toman lugar. En este sentido, Jones y Rafaelli (2000, cit. en Ziegele, Breiner y Quiring, 2014, p.1120) acuñaron el término "arquitectura discursiva", que describe la manera en la que la tecnología que emplea ese público virtual estructura el discurso. Las secciones de los comentarios de los

usuarios varían en relación con varias características, por ejemplo, en relación con cuantos comentarios se muestran en la página y cómo esos comentarios son ordenados.

2. Como un atributo de los procesos de comunicación: los investigadores a menudo distinguen entre interacciones entre usuarios y sistemas, por un lado, y entre los mismos usuarios, por otro (como plantean Bucy y Tao, 2007).
3. Como un atributo de la percepción de los usuarios: las perspectivas 1 y 2 se vinculan a través de las percepciones de los usuarios. Esto es, los usuarios tienen que percibir el potencial interactivo ofrecido por los rasgos tecnológicos para que tenga sentido el uso de las estructuras técnicas y entrar en interacción con otros usuarios.

En tercer lugar, la *convergencia* implica cambios tecnológicos (los más notorios y obvios) pero no tan solo estos, también hay cambios comunicativos, culturales y sociales, puesto que los medios tecnológicos no son capaces de crear algún fenómeno de convergencia: es necesario que las personas se apropien de dicha tecnología e interactúen socialmente a través de ella (Aparici y Acedo, 2013, p. 140). Esto ha significado que la ciudadanía en la actualidad posea el mayor poder de participación cultural como no la ha tenido en ningún otro momento de la historia. Por lo tanto, ya no es tan válida la noción de que los usuarios son meros espectadores pasivos; del mismo modo, la distinción entre productores y consumidores está quedando obsoleta, ya que no se podría asegurar que ambos desempeñasen roles separados en la actualidad (Jenkins, 2008). Así, llegamos al cuarto y último concepto: la *audiencia*, que ya no es meramente receptora (limitada a medios analógicos), sino que emergen individuos participativos e implicados con la información que circula en el ciberespacio. Esto supone, además, que los medios antiguos nunca desaparecen, lo que desaparece son las herramientas que se utilizan para acceder al contenido de los medios, así, las tecnologías quedan obsoletas, pero los medios evolucionan y se reinventan (Jenkins, 2008).

En este sentido, es la cultura de la participación la que ha comenzado a ser parte del proceso periodístico, gracias, sobre todo, a la emergencia de las redes sociales y la Web 2.0. El nuevo ambiente informativo que se ha desarrollado ha significado una reorganización de la producción y circulación de noticias, dado que, por un lado, se ha

experimentado un incremento en la cantidad de participantes que forman parte de la producción de noticias y, por otro, ha habido cambios en el flujo informativo (Casero-Ripollés y Andrés Feenstra, 2012). De esta manera, ha surgido en los últimos años el concepto de *periodismo participativo*. Si bien en la literatura especializada se han empleado como sinónimos los conceptos de “periodismo participativo”, “periodismo ciudadano” y “contenido generado por el usuario” para referirse al acto de un ciudadano o grupo de ciudadanos que juegan un rol activo en el proceso de recolectar, reportar, analizar y diseminar noticias e información (Bowman y Willis, 2003, cit. en Hermida 2011, p. 12), preferimos emplear el término de *periodismo participativo* (*Participatory Journalism*), puesto que tal como afirma Hermida (2011, p.15) es un concepto más cercano a capturar tanto el proceso como los efectos de las contribuciones de ciudadanos ordinarios para recolectar, seleccionar, publicar, distribuir, comentar y discutir públicamente sobre las noticias que están contenidas dentro de un producto medial institucional como son los sitios web de periódicos.

Para Martinrey y Marín (2011), las tecnologías han posibilitado y facilitado la participación ciudadana en un núcleo de poder tan relevante para las sociedades contemporáneas como lo es el acceso a la información, puesto que la gente percibe a los nuevos medios de comunicación como elementos de cotidianidad en la sociedad actual. Estos autores señalan que la información deja de fluir en un sentido unidireccional para pasar a ser una comunicación bidireccional e incluso multidireccional, si tenemos en cuenta las posibles comunicaciones de los usuarios con el medio de partida y de los usuarios entre sí.

Según Ryfe y Mensing (2010), el periodismo ciudadano insiste en que el valor de las noticias se apoya en la oportunidad que éstas ofrecen para interactuar y comprometerse con otros ciudadanos. Por tal motivo, el concepto de comunidad ha resultado esencial para comprender la función del periodismo a través del tiempo, ya sea en los inicios de la práctica o en los últimos decenios, cuando los límites de la participación de los lectores se han ido difuminando poco a poco. García-de-Torres (2010) identifica claramente la secuencialidad que se puede distinguir en la participación ciudadana en el proceso periodístico, desde la imagen del periodismo tradicional, es decir, aquel representado por los periódicos en papel, la radio o la televisión, hasta la emergencia de la Web 2.0 (Figura 3). La autora puntualiza, además, que la noción de periodismo participativo es



[...] extraña al paradigma clásico, no solo porque la capacidad de usar o manipular el contenido en el medio de recepción ha sido hasta ahora muy limitada sino porque el flujo informativo de retorno tiene valor [...] como fuente de compulsión o presión (García-De-Torres, 2010, p. 586).

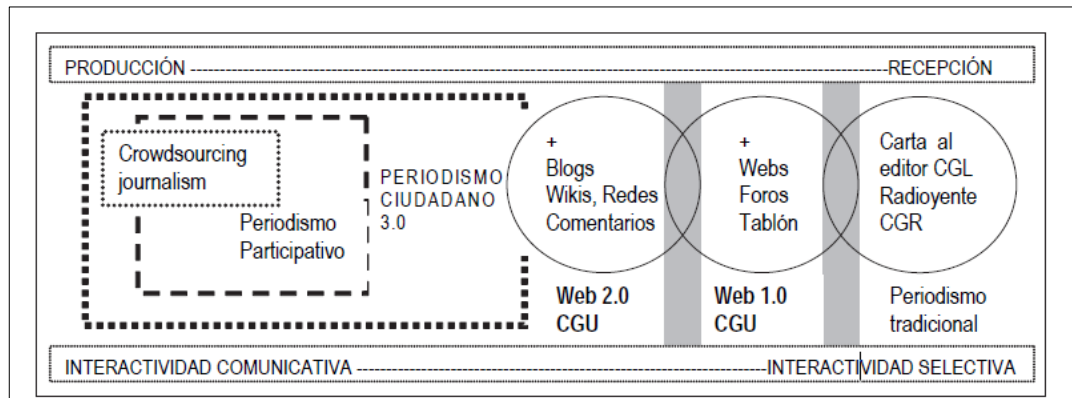


Figura 3: Participación de la audiencia en la prensa (García-De-Torres, 2010)

Los periódicos han entrado en el mundo digital de diferentes maneras, de acuerdo tanto a los propósitos comerciales o económicos que persigan como lo que la tecnología les permita. En la actualidad, hay periódicos digitales que tan solo se limitan a subir la misma edición en papel en formato digital a la Web. Sin embargo, día a día, estos casos son los menos numerosos. Lo más común es que los periódicos tengan una edición digital que se va actualizando constantemente a medida que van transcurriendo los hechos (Boni, 2008). En este sentido, las ediciones en papel se distancian de las ediciones digitales de cada uno de los periódicos, constituyendo nuevas maneras de entender las noticias que, a su vez, han derivado en nuevos formatos o géneros web. En la actualidad, se suele referir a los diarios digitales también como portales de noticias, en las que se integran contenidos no tan solo en forma de texto o imagen, sino que también es posible encontrar información de carácter informativo en otros formatos: vídeo, audio, etc. (Jenkins, 2008).

#### 4.4. Comentarios en la prensa digital: acercamiento desde los estudios periodísticos

Hasta el momento nos hemos ocupado de los rasgos generales que subyacen a la participación de los usuarios en un nuevo contexto informativo, no obstante, no hemos reparado en la manera en la que se lleva a la práctica, es decir, cuáles son los mecanismos a los que los usuarios pueden optar para formar parte de la cadena noticiosa.

En cualquier caso, la participación de los lectores en el periodismo tiene una larga historia: data al menos desde el siglo XVIII en Inglaterra, cuando los diarios comúnmente dejaban espacios en blanco al final de la tercera página para los comentarios de los lectores, de manera que ellos pudieran doblarla y enviarla como una carta ordinaria a familiares o amigos:

More than one London printer of newspapers regularly left space at the end of the third page of his paper for use by customers who might wish to add written communications when they sent the newspapers to friends or relatives in the country, the fourth page being left blank so that the paper might be folded and addressed like an ordinary letter. According to Alexander Andrews, Ichabod Dawks announced in an early issue of his printed News-Letter (1696) that it would be 'done upon good writing-paper, and blank space left that any gentle-man write his own private business (...) The Evening Post, number 10 (16 September 1709), had on its first page the statement that 'being chiefly designed for the Country' it would always be printed on fine paper 'with a Blank to write on.' (Wales, 1965, p. 8).

Junto con ello, un mecanismo más transversal (y que se ha mantenido a lo largo del tiempo) ha sido el de las *cartas al editor*, que dependía de la aprobación de un periodista para ser publicado en el periódico con el resto del contenido de la edición. Con los medios informativos digitales los periódicos han vuelto, una vez más, a dejar espacios en blanco, ofreciendo una gran cantidad de oportunidades a los lectores a participar e interactuar con las noticias (Moya, 2015b).

Hermida y Thurman (2008, cit. en Hermida, 2011) describieron los formatos de participación de los usuarios de acuerdo con cinco etapas en el proceso de producción de noticias: acceso/observación; selección/filtrado; proceso/edición; distribución; interpretación. Puesta que esta tesis se centra en los comentarios, resulta relevante la etapa de *interpretación*, en otras palabras, aquella en la cual una historia que ha sido producida y publicada se abre al público para que sea comentada y discutida. En cuanto a las maneras en que se manifiesta esta etapa, señalan que si bien la opción más simple

radica en la elaboración de encuestas, la integración de una sección de comentarios es la alternativa más empleada por los periódicos. Dicha preferencia por la integración de comentarios responde a un cambio de paradigma por parte de los periodistas en tanto guardianes de información verídica. Esta transición paradigmática respondería a tres razones fundamentales: se ha cambiado de una estrategia de exclusión de comentarios por defecto a una de inclusión por defecto; el criterio de evaluación de comentarios ha cambiado desde uno positivo a uno negativo, es decir, los comentarios son descartados porque violan las reglas más que son publicados porque valgan la pena; y, por último, el criterio de evaluación cambió desde uno periodístico (que sea percibido como interesante) a uno no periodístico, como lo es el deseo de construir tráfico de participación ciudadana (Reich, 2011).

En la misma línea, Nip (2010) propone un modelo de siete modos de participación de los usuarios en la generación de contenido en el periodismo público. En su caso, el criterio usado es el grado de control por parte de las políticas de los periódicos de noticia. Los modos que identifica son:

1. Incorporación profesional: los periodistas buscan e incorporan los puntos de vista o experiencias de la gente común y corriente en las noticias.
2. Coopción profesional: los periodistas toman las historias que han sido escritas por los ciudadanos y las desarrollan de acuerdo con los propósitos que tenga el periódico.
3. Respuesta ciudadana: los miembros de la audiencia toman la iniciativa al responder a noticias publicadas por periodistas u otros usuarios de noticias que producen comentarios.
4. Reporte profesional: los ciudadanos se involucran en más de una etapa del proceso periodístico. Una forma común de reporte profesional es la solicitud que se hace a los lectores para que envíen sugerencias sobre historias o temas que al periódico le interesan.
5. Reporte ciudadano: los periodistas y ciudadanos invierten sus roles, puesto que los ciudadanos producen el trabajo noticioso, mientras son guiados por los periodistas.

6. Envío ciudadano: los ciudadanos realizan todo el trabajo periodístico, enmarcándose en los esquemas de presentación que han sido diseñados y entregados por el periódico.
7. Periodismo ciudadano: es la única forma de periodismo en la que no intervienen profesionales del área en el proceso de creación de la información. Este tipo de periodismo implica que los autores de los contenidos manejan sus propios sitios web para dar a conocer sus noticias.

De los siete modos, el número tres es el que se identifica con los objetivos de nuestra investigación: el de la *respuesta ciudadana (citizen response)*.

Sin embargo, la participación ciudadana dentro del periodismo digital ha sufrido modificaciones a lo largo del tiempo, ya que no se ha manifestado de la misma manera ni con la misma intensidad a lo largo de los últimos 20 años. Al respecto, Limia, Toural y López (2013) señalan que estamos inmersos en un proceso de tránsito, en búsqueda de un equilibrio entre los medios de comunicación y la participación de los usuarios, en la medida en que la comunicación del siglo XXI ha significado, principalmente: una desaparición casi completa de lo analógico, una deificación del espacio digital y una convergencia de las telecomunicaciones, que han obligado a reorientar las industrias de contenido. Para llegar a este punto, los autores establecen cuatro etapas en la inclusión de los usuarios como entes participativos en los periódicos digitales:

1. Presencia corporativa (1994-1999): caracterizada por las escasas herramientas para participar.
2. Participación marginal (1999-2006): marcada por la consolidación de las encuestas y foros, pero sin una relación clara con los contenidos.
3. Participación asincrónica en espacios compartidos (2006-2009): distinguida por la incorporación de weblogs y comentarios en cada noticia.
4. Participación sincrónica (2009- hasta la fecha): identificada por la consolidación de las redes sociales dentro de sus interfaces.

Con respecto a los comentarios de las noticias, como se señaló, es la alternativa más empleada por los periódicos para hacer partícipe al público del contenido

noticioso. Reich (2011) lleva a cabo un análisis que permite entender la importancia de su investigación. El autor comienza cuestionándose ¿por qué prestarle atención a los comentarios de los usuarios si típicamente están escritos solo por una pequeña fracción de personas que visitan el periódico digital; si solo una minoría suele leerlos y si se producen en la cola del proceso de producción de noticias: en la etapa de interpretación, cuando todo el resto de decisiones periodísticas ya ha sido tomado? (Reich, 2011, p. 96). Este autor señala 5 motivos:

1. La evolución de los espacios de participación: los comentarios de los usuarios representan una nueva etapa en la evolución de la participación de los usuarios en los espacios multimedia. Los comentarios que comúnmente no están editados abren un foro público para una autoría más informal, espontánea e incluso agresiva e impulsiva, en la que la mayoría de las personas se esconde detrás de un anonimato asumido tras la pantalla. Además, los comentarios son espacios inclusivos, no exclusivos como los espacios que se conocían anteriormente.
2. El interés/sensibilidad (*responsiveness*) de las noticias: las funciones de los comentarios son producto de ensayo y error.
3. La naturaleza híbrida de las noticias digitales: los comentarios dependen de las noticias y viceversa, no es una relación jerárquica sino que de dependencia.
4. Su gran popularidad: a diferencia de otro tipo de contribuciones de los usuarios, los comentarios dejan a los periodistas en el rol de cantante principal, mientras que la audiencia sigue relegada a un papel secundario.
5. La controversia creada a partir de las posturas polémicas a las que adhieren los participantes.

Esta forma de entender los comentarios de las noticias debe ser complementada con lo que se plantea desde la CMO, en tanto los comentarios son discursos que se han originado en un entorno tecnológico (Reich, 2011, pp. 97-98).



## **5. EL METADISCURSO**









A continuación, se describe la naturaleza y rasgos de los estudios metadiscursivos. En primer lugar, se explican las raíces teóricas y metodológicas en las que, en general, ha descansado la investigación sobre el metadiscurso, es decir, en la Lingüística Sistémica. A continuación, se dan a conocer sus principales antecedentes. En tercer lugar, se destacan y caracterizan los dos modelos principales bajo los cuales se ha llevado a cabo el estudio metadiscursivo: el modelo interpersonal de Hyland (2005) y el modelo no-integrativo propuesto por Ädel (2006). En cuarto lugar, se detallan los principales ámbitos en los que se han investigado las estrategias metadiscursivas. Por último, se mencionan algunas clasificaciones para el estudio de las estrategias metadiscursivas.

### **5.1. La Lingüística Sistémica**

Uno de los principales antecedentes de los estudios metadiscursivos radica en los postulados propuestos por la Lingüística Sistémica Funcional (LSF). La LSF se interesa por el empleo del lenguaje que hace un hablante durante el transcurso de su vida social cotidiana, puesto que, tal como precisa (Eggins, 2004):

- a) el uso del lenguaje tiene un carácter funcional;
- b) su función es la creación de significados;
- c) esos significados se ven influidos por el contexto social y cultural en el que se intercambian;
- d) el proceso del uso del lenguaje es un proceso semiótico, un proceso en el que se crean los significados eligiendo.

De esta manera, según la propia autora, los hablantes negociarían los textos con el objeto de crear significados conjuntamente, por lo que la función general del lenguaje sería eminentemente semántica.

Para la LSF, el lenguaje es un sistema codificador de tres niveles: semántico, lexicogramatical y fonético. El sistema semántico de la lengua se encuentra estructurado para construir simultáneamente tres tipos de significados: ideacional (experiencial y lógico), interpersonal y textual (Halliday, 1982; Halliday, 2014) que se funden en unidades lingüísticas, lo cual es posible de realizar gracias a que el lenguaje

es un sistema semiótico, es decir, un sistema de codificación, convencionalizado y organizado en conjuntos de opciones (Eggins, 2004). Por tanto, cada opción escogida dentro del sistema adquiere su valor a partir de su oposición respecto a otras opciones, en consecuencia, el lenguaje define sus significados a partir de los contextos en los que es utilizado.

Del mismo modo, para Halliday (2014), cuando la gente habla o escribe produce textos, entendidos como cualquier instancia de lenguaje, en cualquier medio, que tenga sentido para cualquiera que conozca el lenguaje. Los textos presentan dos perspectivas complementarias de análisis: como *artefacto* u objeto; y como *espécimen* o instrumento para descubrir algo más allá. En cualquier caso, la creación de textos implica que la gramática (componente esencial para la transmisión de significado de la LSF) debe interactuar con lo que es externo al lenguaje: con los acontecimientos y condiciones del mundo y con los procesos sociales en los que estamos involucrados. Sin embargo, aún hay más, puesto que al mismo tiempo tiene que organizar la interpretación de la experiencia y organizar los ajustes propios de los procesos sociales (Halliday, 2014, pp. 24-25). Tal como puntualiza Eggins (2004), para realizar preguntas funcionales sobre el lenguaje hay que cuestionarse tanto sobre el lenguaje mismo como sobre el contexto en el que ese lenguaje ha sido producido, por lo que las orientaciones investigadoras van en dos direcciones: por un lado, describir el grado en que las dimensiones contextuales influyen sobre el uso del lenguaje; y, por otro, determinar cuáles son los aspectos del uso del lenguaje que parecen resultar afectados por determinadas dimensiones contextuales.

Para aproximarse a estas respuestas, Halliday (1982, 2014) propone la teoría del registro. Para Halliday (1982), el registro es la variación de acuerdo con el uso. Los registros son modos de decir cosas distintas, son configuraciones de significados que se intercambian típicamente en condiciones determinadas de uso. Un dialecto es lo que se habla, mientras un registro es lo que se está hablando (en un momento dado), que está determinado por lo que se está haciendo, es decir, por la naturaleza de la actividad social en curso. De esta manera, se intenta describir la influencia que tiene el contexto respecto a la situación de un acto verbal sobre el lenguaje utilizado. Se consideran tres dimensiones clave de la situación con capacidad de predicción sobre el tipo de lenguaje (Eggins, 2004):

1. Variables registrales del modo (cantidad de retroalimentación y a la función del lenguaje), es decir, no se puede emplear el lenguaje de la misma manera cuando escribimos que cuando hablamos.
2. Tenor: las relaciones de poder y solidaridad, es decir, no se puede emplear el lenguaje de la misma manera cuando nos dirigimos a un jefe que cuando nos dirigimos a un familiar
3. Campo (centro o tema de la actividad), es decir, no se puede emplear el lenguaje de la misma manera cuando lo hacemos sobre algún tema académico que cuando lo hacemos sobre fútbol.

En resumen, el lenguaje está estructurado para su uso. Según Eggins (2004), el objetivo fundamental del lenguaje, por el cual ha evolucionado, es el de la creación de significados entre los hablantes: es decir, para dar sentido al mundo y dárselo unos a otros. Y estos significados se construyen sobre el mundo real (a partir del significado experiencial). El texto, por su parte, produce un significado interpersonal (que expresa el tipo de relación que hay entre el autor y el lector y la actitud del autor con respecto al tema desarrollado); además, el texto también presenta un significado textual (que refiere a la manera en que un texto está organizado en tanto texto).

## **5.2. Principales antecedentes de los estudios metadiscursivos**

En general, los investigadores responsabilizan a Harris (1959) como el acuñador del término ‘metadiscurso’. En su trabajo seminal sobre la posibilidad de reducir un texto científico solamente a sus núcleos fundamentales (incluido dentro del paradigma generativo transformacional formulado por él mismo y especificado y ampliado por Chomsky años antes), Harris señala que existen, junto con el material lingüístico que versa sobre el contenido de un documento (denominado como ‘principal’), ‘núcleos’ metadiscursivos que se refieren al material principal. Así, mientras el contenido principal puede y debe ser reducido a núcleos fundamentales e indizarse al modo de la gramática generativa, los elementos metadiscursivos no requerirían ser tratados de la misma manera.

A pesar de que Harris habría sido el primero en emplear la noción explícita de ‘metadiscurso’, ya anteriormente, Malinowski (1923, cit. en Hyland, 2005) habría tenido en cuenta este fenómeno de alguna manera, al indicar que los seres humanos a la

vez que formulan un contenido proposicional, buscan crear contenidos significativos, que dependen mucho de la audiencia a la que exponen sus expresiones.

Desde una perspectiva textual, hubo importantes aproximaciones provenientes del estructuralismo lingüístico que derivaron en un poderoso avance en los estudios textuales, en especial los efectuados por Jakobson (1980) y Bajtín (1986). Si bien ninguno de ellos emplea la noción de ‘metadiscurso’, visualizan un fenómeno denominado como ‘metalenguaje’. Al respecto, Bajtin (1986) precisa que el ‘metalenguaje’ no se refiere tan solo a un *hablar* sobre el código, sino que, al mismo tiempo, siempre representa una relación dialógica; en otras palabras, tanto al lenguaje que describe como al que analiza. A su vez, Jakobson (1980) propone una conceptualización más clara de la situación, ya que ha servido de punto de partida para el modelo propuesto por Ädel (2006). A partir del modelo del lenguaje de seis componentes –ampliando la conceptualización realizada por Bühler (1931, cit. en Jakobson, 1980)–, Jakobson se centra en el papel que cumpliría la función *metalenguaje* (relacionada con el código) dentro del mismo sistema presentado. En su concepción, reafirma la antigua dicotomía entre dos niveles acerca del lenguaje: el *objeto lenguaje* y el *metalenguaje*, este último se refiere al código en sí (Jakobson, 1980, p.86).

Por otro lado, y ya subsidiarias de la tradición de la gramática sistémico funcional, destacan las aportaciones de Williams (1981), Crismore (1983) y Vande Kopple (1985) quienes se han constituido como puntos de referencia obligados para cualquier investigación metadiscursiva, al ser los primeros en proponer modelos sistematizados. Vande Kopple (1985) define al ‘metadiscurso’ como el discurso sobre el discurso o la comunicación sobre la comunicación. Para clarificar el término, la mejor vía, a su juicio, es destacar las siete categorías que lo componen, a partir de lo señalado por Lautamatti (1978) y Williams (1981) (ambos citados en Vande Kopple, 1985):

1. Elementos que ayudan a los lectores a reconocer la manera en que los textos están organizados.
2. Elementos que ayudan al lector a comprender los significados de los componentes de un texto (*code glosses*).
3. Elementos que demuestran al lector qué acto de habla se está llevando a cabo en segmentos específicos del discurso.

4. Elementos que evalúan la probabilidad del contenido proposicional y permiten determinar el grado de compromiso (*validity markers*).
5. Elementos que permiten determinar la autoría de algún segmento del discurso que ha sido efectuado por alguien diferente al autor del documento.
6. Elementos que permiten determinar las actitudes del escritor frente al contenido proposicional.
7. Elementos que comentan el contenido proposicional.

Lo que tienen en común estas siete categorías es que no operan en el mismo nivel que el resto del discurso (formado por la información proposicional), que ostenta un lugar *primario*, puesto que el ‘metadiscurso’, no expande, en ningún caso, la información proposicional de un texto (Vande Kopple, 1985, p.85), lo que no significa que no puedan afectar las potenciales interacciones con el lector a lo largo de un discurso. Sin embargo, siguiendo las macrofunciones del lenguaje (*ideacional, interpersonal, textual*) propuestas por Halliday (1982), Vande Kopple (1985, pp.86-87) establece que mientras el contenido proposicional se corresponde con los significados *ideacionales*, los tipos de metadiscurso se relacionarían con significados *interpersonales* o *textuales*. El metadiscurso de tipo interpersonal se define a partir de la noción de comunicación sobre la comunicación, en la que los mecanismos escogidos ayudan a los escritores en la expresión clara de sus personalidades y reacciones frente al contenido proposicional. A su vez, el metadiscurso de tipo textual se identifica con la comunicación sobre la comunicación en el sentido de las herramientas que escoge el escritor para unir y relacionar las proposiciones, con el fin de lograr un texto cohesivo y coherente.

### **5.3. Principales modelos propuestos para el análisis de las estrategias metadiscursivas**

Si bien se reconocen dos grandes líneas de investigación sobre las estrategias metadiscursivas, hay otras aproximaciones. Por un lado, la planteada por Beauvais (1989), quien asegura que los modos de abordar el problema no han sido ni adecuados ni suficientes. Su modelo se basa en la Teoría de Actos de Habla, de hecho, define el metadiscurso como los indicadores de la fuerza ilocucionaria que identifican los actos expositivos ilocucionarios (Beauvais, 1989, p. 15). Esta perspectiva de análisis no ha sido considerada por prácticamente ningún investigador, a pesar de que algunos

reconocen su existencia (Dafouz-Milne, 2008). Por otro lado, Ifantidou (2005) desarrolla su idea como una crítica abierta a los planteamientos de Vande Kopple (1985) y Hyland (1998 y 1999), es decir, aquellos que se identifican con el análisis proveniente desde la LSF. La autora se basa en los postulados de Sperber y Wilson y asevera que el metadiscurso influye tanto en un nivel semántico como pragmático. En el primero, puede influir en el contenido proposicional de los enunciados, mientras que en el nivel pragmático resulta indispensable para la correcta interpretación del discurso académico. Al igual que en el caso de Beauvais (1989), sus afirmaciones no han sido desarrolladas posteriormente ni por la autora ni por otros investigadores.

Como se precisaba, dos han sido los principales modelos propuestos para el estudio de las estrategias metadiscursivas con diferencias significativas tanto metodológica como teóricamente. Dichas distancias entre las propuestas han sido destacadas por Ädel (2006) y Ädel y Mauranen (2010). Por un lado, el modelo interpersonal propuesto por Hyland (2005) y, por otro, el modelo no-integrativo propuesto por Ädel (2006).

### **5.3.1. Modelo interpersonal de Hyland**

Para Ädel (2006), el origen histórico de la aproximación amplia en el estudio de las estrategias metadiscursivas se remonta a la distinción entre material proposicional y no proposicional planteado por Vande Kopple (1985) y Crismore, Markkanen y Steffensen (1993). En sus palabras,

[...] by setting propositional material apart from categories like metadiscourse and stance, researchers ended up with a large, heterogeneous agglomeration of linguistic phenomena that, in one way or other, could be contrasted with propositional information or the subject matter of the text (Ädel, 2006, p. 209).

El origen del estudio de las estrategias metadiscursivas, según Hyland (2005), descansa en la necesidad de establecer una diferenciación entre el contenido que se transmite, es decir, la *información* propiamente tal, y las formas en que los hablantes utilizan con sus potenciales oyentes, o sea, la *interacción* entre los participantes. Dicha dicotomía derivó en un estudio sistemático de la información, por parte de los estudios lingüísticos en gran parte del siglo XX, dejando en un segundo plano los mecanismos interpersonales necesarios para conseguir la adecuada consecución de los fines discursivos. En otras palabras, se requería que la *audiencia* a la que estaba dirigida la información adquiriera un rol preponderante para la lingüística, situación que se llevó a cabo desde dos perspectivas diferentes: por un lado, el estudio pragmático expuso la



importancia que tenía el lenguaje para crear significados contextuales independientes de la información textual transmitida y, por otro, la Lingüística Sistémico Funcional, que busca retratar el efecto social que tiene el lenguaje en la vida diaria. Así, de acuerdo con Hyland (2005), la noción de audiencia se posiciona en un lugar central dentro de su concepción, en la medida en que cualquier escritor debe escribir para una audiencia, aunque el mensaje no esté explícitamente dirigido a una en particular. En este sentido, afirma:

Audience represents the writer's awareness of the circumstances which define a rhetorical context and the ways that the current text is related or aligned with other texts. Writers construct an audience by drawing on their knowledge of texts they have encountered in similar settings in the past, either as readers or writers, and by relying on readers' abilities to similarly recognize intertextuality, or resemblances, between texts (Hyland, 2005, p. 12).

### 5.3.3.1 Principios fundamentales del modelo de Hyland

Hyland y Tse (2004) y Hyland (2005, p. 37) son conscientes de las críticas realizadas al término 'metadiscursos', principalmente debido a que no habría claridad sobre cuáles serían los rasgos que deberían incluirse en cada categoría. Con el fin de solucionar esta problemática, Hyland (2005) propone un modelo más metódico en el que se precisan las vías para identificar y codificar los potenciales rasgos 'metadiscursivos'. Las claves principales, según Hyland (2005), se relacionarían con dos aspectos principales. Por un lado, las estrategias metadiscursivas deben ser vistas y comprendidas como significativas solamente en los contextos en los que ocurren –rasgo que comparte con Ädel (2006)–, para quien la función del contexto inmediato es fundamental para diferenciar una unidad potencialmente metadiscursiva. Por otro, después de ser identificadas, deben ser analizadas como parte de una comunidad, con prácticas, valores e ideales particulares y específicos de cada una.

Uno de los rasgos diferenciadores de la perspectiva adoptada por Hyland es el énfasis que pone en el carácter *funcional* que debe tener cualquier estudio de las estrategias metadiscursivas, solamente en el sentido de "how language works to achieve certain communicative purposes for users" (Hyland, 2005, p.24). Por tanto, tal como se indicó anteriormente, se hace hincapié en los significados en su contexto, al intentar contestar la pregunta "¿qué está haciendo este elemento aquí en este punto específico del texto?" (Hyland, 2005, p.24). De esta manera, se manifiesta explícitamente un acercamiento pragmático al fenómeno, en tanto concibe el uso metadiscursivo como un

fenómeno no tan solo lingüístico –es decir, *textual* en el sentido de Ädel (2006) – sino más bien como un acto social en el que intervienen factores de diferentes categorías, escogidos por los escritores de manera deliberada, con el objetivo de conseguir sus propios propósitos comunicativos (Hyland, 2005, p. 25).

El primer concepto que destaca es el supuesto carácter *no proposicional* de las estrategias metadiscursivas, que lo diferencia del resto del discurso al cual pertenece. En consecuencia, su presencia no afectaría, en ningún caso, la interpretación del mensaje que se intenta transmitir. Diversos autores niegan la utilidad de esta característica definitoria, en la medida en que carece de la especificidad y claridad en la presentación del concepto, en otras palabras, se sostiene que las razones propuestas –en especial, por Crismore (1983) y Vande Kopple (1985)– mezclan concepciones y niveles de análisis. Por tanto, entender el ‘metadiscurso’ como un simple *comentario* sobre los contenidos proposicionales de un texto carecería de sustento teórico e incluso metodológico.

La más firme detractora de esta postura es Ädel (2006) para quien la inexactitud general en el tratamiento del término se transformó en uno de los principales motivos que la llevaron a optar por un modelo de análisis diferente (más *textual*, en otras palabras, no considerando los aspectos pertenecientes a los aspectos que se corresponderían con el mundo real en lugar de los relacionados específicamente con el mundo del lenguaje). El juicio de Ädel descansa en dos aspectos fundamentales: en lo equívoca que resulta la definición del concepto (al realizarse en términos de *verdad/falsedad*) y en los diferentes niveles de análisis que simbolizaría. Con respecto a este último aspecto, la autora indica, con sus propias palabras, “(…) in setting up a strict dichotomy of primary discourse versus metadiscourse, one also runs the risk of ‘degrading’ metadiscourse and labelling it as secondary or less important than non-metadiscourse” (Ädel, 2006, p. 211).

Similares críticas realizan Hyland y Tse (2004) y Hyland (2005) quienes resaltan, por un lado, que el término carece de una definición clara y específica que permita delinear sus componentes. Así, la mayor parte de los primeros investigadores se basó en lo planteado por Halliday (1982) en lo que se comprende como ‘proposición’, es decir, a todo aquello que implique pensamientos, actores o estados de eventos en el mundo fuera del texto. Lo anterior traza el camino a una segunda dificultad, la que se

relacionaría con la identificación del material proposicional de un texto como *primaria* en detrimento del resto de estrategias, entendidas como *secundarias*. Así, los textos tendrían que ser jerarquizados y divididos en tipos, lo que establecería diferentes niveles de análisis, degradando los elementos metadiscursivos a un nivel distinto e inferior que los que ostentarían a aquellos que cumplen con la condición de la *proposicionalidad*.

Al mismo tiempo, Hyland (2005, p. 21-22) critica los intentos de Williams (1981) y Vande Kopple (1985) por clarificar dicha problemática, quienes especifican que habría dos *niveles de significación*. El primero de ellos proveería de información al lector sobre el tópico del discurso, mientras que el otro llamaría la atención sobre el propio acto de escritura. Sin embargo, tal distinción resulta arbitraria, en tanto la real comprensión de un texto requiere la presencia y la consideración igualitaria de ambos elementos discursivos. En palabras de Hyland (2005, p.23):

The point to be made here is that Vande Kopple and others are simply wrong to state that metadiscourse is a separate 'level of meaning'. Texts are communicative acts, not lists of propositions. The meaning of a text depends on the integration of its component elements, both propositional and metadiscoursal, and these do not work independently of each other. Metadiscourse is an essential part of any text and contributes to the ways it is understood and acted upon; it is not a separate and separable set of stylistic devices that can either be included or not without affecting how a text is presented and read.

En relación con lo anterior, Hyland y Tse (2004, p. 161) defienden la idea de que los elementos proposicionales y metadiscursivos ocurren de manera conjunta en los textos, a menudo en el mismo enunciado y podrían, eventualmente, cumplir ambas funciones. Además, tal como señala Hyland (2005, p. 39), el 'metadiscurso' no es simplemente un mero soporte del contenido proposicional, muy por el contrario, es lo que permite que el contenido proposicional sea coherente, inteligible y persuasivo para determinada audiencia. Al respecto, Hyland y Tse (2004, p. 161) aseguran:

A rigid conceptual separation between proposition and metadiscourse relegates the latter to a commentary on the main informational purpose of the text rather than seeing it as an integral process of communicating meaning. Metadiscourse is not simply the 'glue' that holds the more important parts of the text together, but is itself a crucial element of its meaning (...).

En cualquier caso, esta dicotomía puede parecer arbitraria y sin fundamentación alguna, como así lo afirma Ädel (2006). Sin embargo, la diferenciación y separación conceptual responderían a procedimientos metodológicos, en la medida en que resulta

necesaria para los fines de la exploración y la investigación (Mohammad y Rasekh, 2010). En la misma línea, Reza y Mansoori (2011, p.42) aseguran que si cualquier significado es el resultado obtenido a partir de la integración de elementos ideacionales, contextuales, textuales e interpersonales no hay razones teóricas para realizar un división como la que se plantea, por lo que la necesidad metodológica es la que se hace evidente y la que prevalece.

Por otro lado, para Khabbazi-Oskouei (2013) la distinción entre contenido proposicional y no proposicional continúa siendo un problema sin solución al momento de aplicar el modelo. A pesar de que se ha hecho la distinción en los numerosos estudios anteriores, critica que estos no hayan sido capaces de construir una argumentación sólida que permitiera establecer los indicadores que ayudaran a la determinación de si una unidad corresponde efectivamente a una categoría. El problema no es menor, puesto que se trata de la característica más definitoria de cada unidad. Con el fin de superar esta falta de claridad, la autora estudió 20 editoriales de diferentes revistas británicas (como *The Economist* o *New Statesman*), entre abril del 2008 y enero del 2009. La solución propuesta es lo que la investigadora considera un *continuum* (ver Figura 4) de entidades proposicionales, en la medida en que una misma expresión puede ser considerada como proposicional en un contexto y no proposicional en otro contexto. Además, la situación se torna aún más problemática cuando comparten la misma categoría gramatical (Khabbazi-Oskouei, 2013). De esta manera, a partir de la necesidad teórica y metodológica de especificar las características de las estrategias interpersonales propone una categorización diferente a la planteada, por ejemplo, por Hyland y Tse (2004) y Hyland (2005).

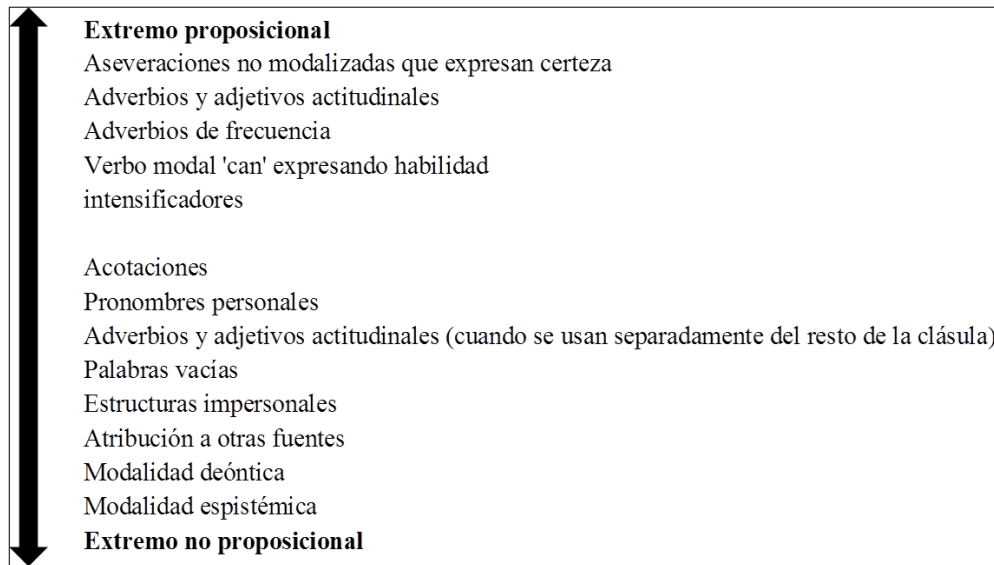


Figura 4: Continuum propuesto por Khabbazi-Oskouei (2013)

Un segundo rasgo esencial propuesto por Hyland a la hora de analizar el metadiscurso es su carácter interpersonal, en tanto considera el conocimiento del lector, sus experiencias textuales y sus necesidades de procesamiento para proveer al potencial escritor con un grupo de herramientas retóricas que le permiten lograr su objetivo (Hyland y Tse, 2004; Hyland, 2005). En este sentido, se desmarca, por un lado, de lo planteado por Ädel (2006) para quien las estrategias metadiscursivas se refieren sólo a las relaciones que ocurren dentro del mundo del discurso y no se relaciona, en ningún caso, con elementos ajenos a él. Por otro, se aleja de lo señalado por Crismore (1983) y Vande Kopple (1985) para quienes los elementos como las conjunciones y los conectores lógicos son, simplemente, marcadores textuales. Así, no habría elementos puramente textuales, puesto que, tal como precisa Hyland (2005, p. 41): “the transitions and links that conjunctions mark between clauses can be oriented towards either the experiential or the interpersonal, to either propositional or interactional meanings”. El objetivo que perseguiría esta concepción se relaciona con que las diferentes decisiones que mueven a los escritores hacia la elección de una u otra estrategia tendrían una finalidad clara: resaltar ciertas relaciones textuales y aspectos de organización discursiva para acomodarla a las posibilidades de comprensión de los lectores (Hyland, 2005, p. 45).

La tercera característica inherente del metadiscurso defendida por Hyland es la distinción entre referencia externa e interna. Para ejemplificarlo, emplea, nuevamente,

el uso de diferentes conectores durante el discurso: mientras los ‘conectores internos’ conectan eventos en solamente según su función comunicativa –en el ‘mundo del discurso’ de acuerdo con Ädel (2006)–, los conectores externos se refieren a esas mismas situaciones en el mundo real. Hyland para justificar su postura se basa en lo asegurado por Halliday (2014[1994], p. 325) quien señala:

Many temporal conjunctives have and ‘internal’ as well as an ‘external’ interpretation: that is, the time they refer to is the temporal unfolding of the discourse itself, not the temporal sequence of the processes referred to. In terms of the functional components of semantics, it is interpersonal not experiential time.

Desde el discurso académico, esta posición se ha explicado a partir de la distinción entre dos roles diferentes que cumpliría un escritor: *actos de investigación* y *actos de escritura*. En los actos de investigación, el escritor describe, por ejemplo, el experimento que llevó a cabo en su pesquisa, es decir, se refiere a eventos en el mundo. En cambio, en los actos de escritura, el escritor se refiere a argumentos y realiza elecciones sobre las maneras más acertadas para dar cuenta de su presentación (Bunton, 1999, cit. en Hyland, 2005). En cualquier caso, si el estudio de las estrategias metadiscursivas a partir de esta orientación se ha llevado a cabo principalmente en géneros académicos, se encuentran estudios que se preocupan de otros géneros (cf. González Arias, 2014; Fu y Hyland, 2014).

### 5.3.2. Modelo no integrativo de Ädel (2006)

Ädel (2006), a partir del trabajo realizado por Mauranen (1993), sentó las bases de un modelo de análisis de las estrategias metadiscursivas que se aleja del resto de los análisis inspirados en la concepción de Halliday sobre el lenguaje. Para Mauranen (1993), la noción de *metatexto* es, principalmente, referirse al texto como texto, en otras palabras, implica aquellos elementos del texto cuya función inicial es ir más allá del contenido proposicional. La autora distingue dos grandes perspectivas teórico-metodológicas para acercarse al fenómeno: por un lado, una postura *comprehensiva* que incluye no tan solo los elementos que organizan el documento, sino que también aquellos interactivos, como las expresiones de actitud de los autores (Mauranen, 1993, p. 8). Por otro, una postura *restrictiva* que limita la noción a su rol organizativo textual, aproximada a la función metatextual de Halliday. Es esta última perspectiva la que adopta en su estudio. En palabras de la autora, la función del metatexto es “to organise and comment on the discourse, particularly the propositional content that is being conveyed” (Mauranen, 1993, p. 9).

Al respecto, Ädel (2006, pp. 16-17) esgrime tres razones fundamentales para sugerir la necesidad de una nueva teoría para el análisis de este tipo de mecanismos lingüísticos: en primer lugar, clasificar el metadiscurso como parte de un material *no-proposicional* implica, en definitiva, clasificar el fenómeno en términos *veritativo-condicionales* y no desde una perspectiva discursiva. Resulta crucial el desmarque en relación con otras perspectivas señalado por la autora en este sentido, es decir, manifestar las dificultades al definir las estrategias metadiscursivas en términos de si son parte o no de un contenido *proposicional*, puesto que, entre otros problemas, habría una confusión en los niveles de análisis: entre el sintáctico-semántico y el sintáctico-discursivo (Ädel, 2006, p. 210). En segundo lugar, existirían diferencias en el uso terminológico de ciertos conceptos, lo que derivaría en una posterior confusión tanto por parte de los investigadores como por parte de los lectores. Para ilustrarlo, la autora indica que la ‘función textual’ en Halliday se relaciona con estrategias generales para la creación del texto, por lo que le parece *forzoso* que los autores empleen el término con otros fines, es decir, sin especificar cuáles son las diferencias conceptuales que los llevan a incluir, por ejemplo, aquellas estrategias cuyo propósito primario es señalarle al lector de qué manera está construido el texto. Por último, explica que la ‘función textual’ con la ‘función impersonal’ no se encuentran en el mismo nivel de análisis, puesto que la función interpersonal, efectivamente, tendría mayor preponderancia dentro del sistema.

De esta manera, la representación teórica concebida por la autora (*modelo reflexivo*) se ha elaborado a partir del modelo funcional del lenguaje expuesto por Jakobson, del que emplea solo tres de las seis funciones del lenguaje propuestas: *metalingüística*, *expresiva* y *directiva*. Cada una de estas funciones se corresponde con un componente de los eventos de los actos de habla: la *metalingüística* con el *texto/código*, la *expresiva* con el *escritor*, la *directiva* con el *lector* (Ädel, 2006, pp. 18-19). A pesar de que la autora considera la investigación llevada a cabo por Mauranen (1993) como uno de los trabajos que le han permitido elaborar sus nuevos mecanismos de análisis, se desmarca de ella al precisar que las estrategias metadiscursivas no se relacionan tan solo con el texto o su proceso de escritura, sino que también involucra a la presencia del *escritor* y *lector*, en la medida en que los elementos que constituyen la ‘maquinaria’ del proceso comunicativo se refieren a señales explícitas del *escritor* en tanto tal, del *lector* en tanto tal y del mismo *texto* en tanto tal. Además, estas señales

explícitas se corresponderían con los componentes que implica cada una de estas funciones.

En otras palabras, el componente *textual* incluye todos los materiales empleados para referirse al texto en *sí mismo*, sin considerar el *mundo exterior* al mismo texto. Los componentes identificados con el *escritor* y el *lector*, respectivamente, prosiguen una concepción similar, esto es, se los entiende en tanto se refiere a ellos en sí mismos, en el mismo universo discursivo del que forman parte (Ädel, 2006, p. 19). Sin embargo, a diferencia de los modelos propuestos por los seguidores de la lingüística sistémica funcional, que si bien consideran que un elemento pueda incluir más de una función comunicativa, no explicitan que solo una de estas funciones es la determinante (tal como señala Jakobson, 1980) en el acto de habla. En otras palabras, tal como precisa la misma autora: “Although each communicative event may involve all of the components and their associated functions, one of them is often emphasised in a given speech event” (Ädel, 2006, p. 18). En definitiva, si bien reconoce que existen similitudes entre su propuesta y los estudios basados en la gramática sistémico funcional, puntualiza que las funciones del lenguaje planteadas por Jakobson permiten un énfasis mucho mayor en la *reflexividad*, aspecto que, según ella, no ha sido abordado de manera adecuada por otros estudios (Ädel, 2006, p. 19-20). A partir de lo anterior, el hecho de que el foco esté puesto en la *reflexividad* ayuda a restringir tanto la aparición del *escritor* como del *lector* al plano, netamente, del *mundo discursivo* que se construye en cada documento.

Para Ädel (2006, p. 20), el metadiscurso es:

[...] text about the evolving text, or the writer’s explicit commentary on her own ongoing discourse. It displays an awareness of the current text or its language use *per se* and of the current writer and reader *qua* writer and reader.

La autora distingue dos tipos de metadiscurso: ‘metatexto’ e ‘interacción escritor-lector’. El metatexto se centra en la estructura y discurso del mismo texto, mientras que la interacción escritor-lector se focaliza en la interacción entre el escritor con el lector imaginado, con el fin de crear y mantener una relación con él, lo que permite al escritor influir sobre el lector. Junto con lo anterior, realiza la distinción entre metadiscurso ‘personal’ e ‘impersonal’. Será de tipo personal cuando se haga referencia explícita al escritor o al lector y será de tipo impersonal cuando no se haga, en otras palabras, cuando se haga referencia al mismo texto o al lenguaje que en él se emplea.



Un segmento textual debe cumplir con 4 criterios principales<sup>5</sup> para constituirse en una estrategia metadiscursiva (Ädel, 2006, pp.27-29). En primer lugar, el criterio de la ‘explicitud’ se refiere a que la referencia al ‘mundo del discurso’ debe estar abiertamente expresada en el texto. Aunque parecería un criterio sencillo de determinar, la investigadora explica que para algunos estudiosos la ‘explicitud’ se refiere a una presencia *autorial*, mientras que para otros se identifica con la conciencia general del *texto* entendido como *texto*. Dada esta dificultad, Mauranen (1993) afirma que el concepto más que asemejarse a una dicotomía (en el sentido *saussureano*) debe comprenderse como un concepto con *gradación*, en el que existirían diferentes grados y niveles de ‘explicitud’. Por tal motivo, Ädel entenderá la noción como ‘explicitud’ en la redacción. En segundo lugar, el criterio se identifica con el ‘mundo del discurso’ en contraposición al ‘mundo real’. Dicha distinción parte de la dicotomía especificada por Jakobson entre ‘metalenguaje’, como aquel lenguaje que permitía hablar sobre el mismo código verbal, y el ‘objeto lenguaje’ en el que se trata con objetos o ítems externos al mismo sistema lingüístico.

En tercer lugar, para Ädel, las estrategias metadiscursivas deben ocurrir y referirse al mismo texto. Así, el criterio de ‘texto actual’, acuñado por Mauranen (1993), es de suma relevancia en la medida en que interesa para el estudio la manera en cómo los textos se refieren a sí mismos y no a otros textos (lo que correspondería a los estudios sobre la intertextualidad). Siguiendo la misma argumentación, dado que el modelo de Ädel se preocupa de incluir al *escritor* y al *lector*, la idea de ‘actualidad’ debe ser aplicada a los participantes del ‘mundo discursivo’. Por último, y relacionado con las nociones anteriores, el criterio de *escritor* en tanto *escritor* y *lector* en tanto *lector*, se identifica con la necesidad de precisar si la referencia al *escritor* o al *lector* se efectúa en función de su aparición como parte del ‘texto actual’ y no como parte del ‘mundo real’.

A partir de lo anterior, el esquema de análisis propuesto por Ädel se configura tal como se especifica en la Figura 5.

---

<sup>5</sup> Las características para lograr la identificación de un segmento metadiscursivo, señala Ädel (2006), no han sido descritas de manera adecuada por los investigadores del área. Con todo, al parecer, la autora desconoce la caracterización esbozada por Hyland (2005) quien claramente especifica los rasgos que debe tener un segmento metadiscursivo.

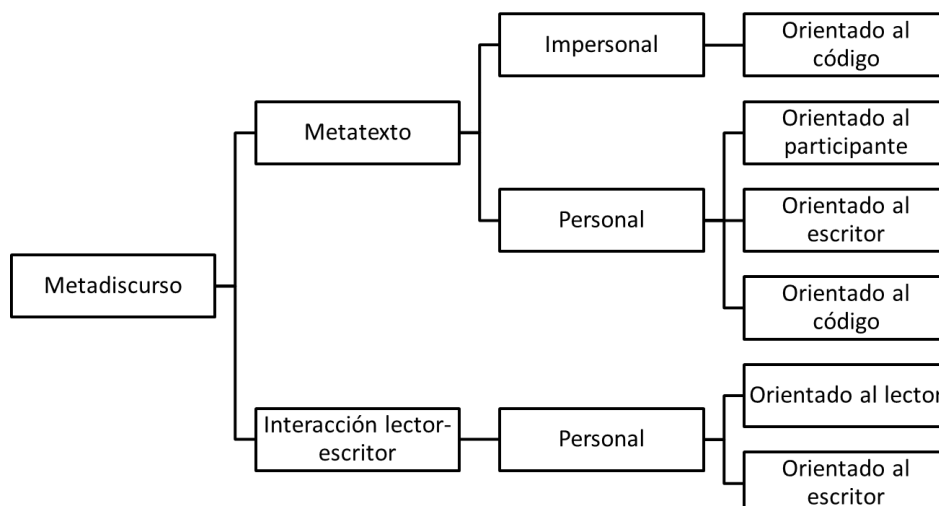


Figura 5: Modelo de análisis de los recursos metadiscursivos de Ädel (2006, p. 38)

Una de las principales aportaciones de la propuesta de Ädel (2006), junto con desmarcarse de la mayor parte de los estudios del área, dominados por la perspectiva sistémica funcional de Halliday, descansa en el cambio metodológico que ha imprimido a su labor investigadora. Concretamente, ha empleado una metodología *cuantitativa* y *cualitativa* con el fin de establecer con exactitud si es que un determinado elemento se corresponde con alguna categoría metadiscursiva planteada. En este sentido, es consciente de que los análisis anteriores no han empleado las herramientas facilitadas por la lingüística de corpus y, en el caso de hacerlo, los elementos metadiscursivos no son correctamente contrastados con su contexto inmediato con el fin de establecer la naturaleza del fenómeno (Ädel, 2006, pp. 11-12). El método de análisis consta de tres etapas, tal como afirman Ädel y Mauranen (2010, p.3):

(...) first retrieving possible candidates, then excluding irrelevant ones, and finally analysing extended units of metadiscursive meaning. (...) In this approach, by contrast to the thin approach, the interesting part begins once the basic examples have been retrieved and established as relevant. The final analytical step typically involves an examination of lexicogrammatical co-occurrence patterns (...) or of the immediate discourse functions served by the larger unit in the discourse.

Dentro de esta perspectiva de análisis de las estrategias metadiscursivas, destacan las investigaciones efectuadas por Ädel (2006 y 2010), Mauranen (2010), Pérez-Llantada (2010) y Salas Valdebenito (2015). Anterior a estas, realizadas en un contexto en que el modelo se encuentra en una etapa de consolidación teórica, sobresalen los trabajos de Vassileva (1998) y la misma Mauranen (1993 y 2001). Vassileva (1998) investiga las variaciones culturales en el empleo de ‘I’ y ‘we’ en el discurso académico

en 5 lenguas diferentes (inglés, alemán, francés, ruso y búlgaro), a partir de un corpus de artículos de investigación sobre aspectos lingüísticos formado por 300 páginas por cada idioma. La principal conclusión a la que llegó la autora se relaciona con que el uso de 'we' se manifiesta de manera similar en los distintos idiomas, mientras que el de 'I' –aquél que demuestra la presencia del autor del documento– es mucho mayor en el inglés en comparación con el alemán, ruso o francés (Vassileva, 1998, p. 165).

Llantada-Pérez (2010) explora los mecanismos metadiscursivos en las secciones de introducción y discusión de artículos de investigación, con el fin de confirmar que la escritura académica no está simplemente orientada a la presentación de información sino que, al mismo tiempo, presenta rasgos dialógicos y altamente interactivos.

Ädel (2010) busca presentar una taxonomía basada en el trabajo empírico de las funciones discursivas de las estrategias metadiscursivas orales y escritas en el inglés académico. Su investigación, cualitativa y basada en corpus, compara el uso del metadiscurso personal en 30 presentaciones orales en la universidad y en 130 ensayos académicos de nivel alto elaborados por estudiantes graduados. Los resultados encontrados por la autora demuestran que la mayoría de las funciones de la taxonomía propuesta ocurren tanto en la oralidad como en la escritura, aunque en la lengua hablada presenta un mayor rango de estrategias metadiscursivas en comparación con el discurso escrito.

Por su parte, Mauranen (2010) materializa una investigación diferente a las realizadas habitualmente dentro del área, al focalizar sus esfuerzos en las características que presenta la reflexividad en los eventos de habla dialógicos, puesto que, para la autora, resulta indispensable reorientar la investigación hacia el interlocutor. Dentro de los hallazgos más significativos, destaca aquel relacionado con el rol fundamental que cumpliría la reflexividad en el éxito de cualquier interacción oral en el contexto académico, en tanto permitiría, por un lado, un uso fluido de la interacción, incluso en momentos en que hay muchos participantes y, por otro, una comunicación clara y fluida (Mauranen, 2010, p. 36).

Por último, Salas Valdebenito (2015) presenta la siguiente taxonomía: metadiscurso personal (expresiones metadiscursivas que aluden explícitamente a los participantes del evento comunicativo), metadiscurso impersonal (expresiones

metadiscursivas en las que se alude a dichos participantes en forma oblicua o indirecta) y metatexto (expresiones metadiscursivas que no están orientadas a la interacción entre escritor-lector, sino hacia el código o discurso mismo). Al explicar conceptualización, la autora se desmarca del modelo propuesto por Ädel (2006), para quien el estudio metadiscursivo se despliega de dos maneras diferentes, es decir, personal e impersonal. Dado que el trabajo de Salas Valdebenito (2015) se preocupó de indagar las estrategias metadiscursivas en artículos de investigación en tres disciplinas diferentes en lengua española, los resultados resultan de una importancia fundamental para las posteriores investigaciones en el área. Por ejemplo, tres categorías no habían sido descritas en la literatura especializada con anterioridad, “probablemente por ser propias del español: auto menciones realizadas a través del sistema verbal con el pronombre elidido, auto menciones a través de varias formas impersonales de verbos discursivos y directivos impersonales” (Salas Valdebenito, 2015, p. 112).

#### **5.4. Tipos de estudios metadiscursivos**

En este apartado, se revisarán las tres áreas principales de las que se han ocupado los estudios metadiscursivos: con enfoque contrastivo (es decir, con énfasis en el contraste entre diferentes lenguas) en ámbitos académicos; sin enfoque contrastivo en ámbitos académicos; y no relacionados con ámbitos académicos.

##### **5.4.1. Los estudios metadiscursivos contrastivos en ámbitos académicos**

Tal como asegura Dafouz-Milne (2008), si bien el estudio de las estrategias metadiscursivas se ha realizado en diferentes contextos, aún falta por investigar lo que sucede en muchísimos otros, en la medida en que sus características dependerían de los géneros discursivos en los que aparecen. En general, los esfuerzos se han enfocado en elicitar los rasgos principales en diferentes ámbitos del mundo académico, a pesar de los incipientes esfuerzos llevados a cabo en otros contextos. En este sentido, el papel que ha desempeñado la retórica contrastiva ha sido fundamental para revelar las principales diferencias metadiscursivas en diferentes contextos. Mauranen (2001) precisa que llevar a cabo investigaciones contrastivas ayudaría a reflejar diferencias culturales que no somos capaces de percibir desde otra perspectiva, una lingüística basada en las concepciones que poseen los hablantes sobre la función cultural del autor o del lector.

Las investigaciones contrastivas sobre el uso del metadiscurso entre el inglés y el persa han sido muy estudiadas en los últimos años. Marandi (2003) estudió el impacto de la lengua/cultura en el uso de las estrategias metadiscursivas en las tesis de máster de 3 grupos diferentes: hablantes de persa nativos, hablantes de persa que son aprendices de inglés y hablantes nativos de inglés. En su investigación empleó un corpus de 30 tesis publicadas después de 1990 del área de la educación y de la enseñanza de inglés como segunda lengua, de las cuales se extrajeron para su análisis las secciones de introducción y conclusión, ya que son las que poseen un carácter retórico más marcado en comparación con las otras secciones de las investigaciones. Los resultados revelaron que las diferencias entre los grupos existen en los dos grupos principales, es decir, tanto en el nivel textual como en el interpersonal. Específicamente, por ejemplo, se demostró que los hablantes no nativos del inglés usaban menos conectores en sus introducciones que en la sección de discusión, hecho que nos demuestra que ellos no siguen los patrones descritos para su lengua ni los patrones que se deberían seguir en la extranjera que están aprendiendo, en otras palabras, son conscientes de que existiría una diferencia entre ambos idiomas, pero no tienen claro el camino que les permitiría superar la dificultad. Los mismos rasgos de la escritura por parte de los hablantes no nativos de inglés se presentan en otras categorías, como por el ejemplo, el uso de relativizadores o atributivos (Marandi, 2003, p.35-37). En resumen, para la autora, el uso de las estrategias metadiscursivas (al igual que otros elementos retóricos) se encuentran influidos por la cultura o su lengua materna, es decir, a pesar de que se presenta la mayoría de las categorías en todas las lenguas, las preferencias por una u otra pareciera diferir (Marandi, 2003, p.40).

Asimismo, Shokouhi y Talati Baghsiahi (2009) fijaron su interés en 20 artículos de investigación de Sociología en Persa e Inglés (10 para cada idioma, escogidos aleatoriamente a partir de una muestra propuesta por expertos en el área). La elección de la disciplina descansó en el argumento de que permite a los investigadores una mayor interpretación a partir de los datos en comparación con otras disciplinas. El marco metodológico para el análisis es el propuesto por Vande Kopple (1985). Todos los artículos fueron revisados en búsqueda de marcadores metadiscursivos y el análisis de su frecuencia no fue realizado de manera mecánica sino que funcional, debido a la multifuncionalidad que presentan muchos de estos elementos según su contexto de aparición. Con el fin de que los resultados fueran representativos de la presencia de los

elementos metadiscursivos en un documento, se adoptó la metodología propuesta por Hyland (1998, 1999, 2005) en la que indica que la cantidad de elementos debe ser calculada por cada 1.000 palabras, asegurando una comparación efectiva en la medida en que inevitablemente los documentos son de diferentes tamaños desde el punto de vista de la cantidad de palabras que contienen. El análisis cuantitativo señaló que había diferencias significativas en el uso de las estrategias tanto en el persa como en el inglés: mientras en el inglés hay, aproximadamente, 1 caso cada 19 palabras, en el persa hay 1 cada 24 palabras. A su vez, en cada categoría analizada se presenta una mayor cantidad de estrategias en el inglés en relación con el persa y en cada idioma la categoría más frecuente fue la de los conectores. Asimismo, los escritores persas emplean el metadiscurso textual con el doble de frecuencia que emplean los recursos interpersonales; mientras que en los ingleses esta diferencia es irrelevante (Shokouhi y Talati Baghsiahi 2009, p. 544). En resumen, los datos les demostraron a los autores que el sistema retórico del persa difiere significativamente del modelo retórico inglés.

En la misma línea comparativa de investigación entre el inglés y el persa, Reza y Mansoori (2011) estudian contrastivamente el uso de los elementos metadiscursivos en dos disciplinas (lingüística aplicada e ingeniería en informática) y en las dos lenguas. Los autores parten de la base de que a pesar de que apenas se puede alcanzar un consenso sobre el *status* del término metadiscurso en los estudios en general, se entiende, como sea, que cumple un papel primordial en el momento de organizar el discurso y comprometer a la audiencia con los propósitos comunicativos que se busca, con lo que la importancia del significado trasciende lo meramente ideacional para conjugarse con las funciones interpersonales y textuales para transmitir lo potencialmente transmitible. El modelo de análisis empleado es el diseñado por Hyland y Tse (2004), con el fin de contrastar lo que ocurre con el metadiscurso entre las disciplinas dentro de cada lengua y entre las disciplinas en comparación con las otras lenguas. Con esto, los investigadores pretenden revelar ciertas características disciplinarias, con el fin de elicitar ciertas diferencias que pudiesen estar determinadas por la cultura (es decir, el idioma) más que por la sola distancia disciplinaria. Concretamente, los componentes metadiscursivos contados en total fueron 6.257 de un total de 102.293 palabras producidas, lo que se resume en casi una aparición cada 16 palabras (Reza y Mansoori, 2011, p. 45). Por disciplina, a su vez, fue posible encontrar una aparición cada 16 palabras en los artículos de lingüística aplicada y una cada 18 en el caso de ingeniería en computación, con lo que se reafirma la noción de que los

documentos académicos emplean un mayor número de estrategias metadiscursivas. La comparación disciplinaria en el inglés reveló que se usaba una vez cada 15 palabras en lingüística aplicada mientras que en ingeniería informática era de 1 cada 20, datos que después del estudio estadístico resultaron significativos. A juicio de los autores, uno de los aspectos más interesantes resultó ser que en ambas disciplinas en inglés el uso de marcadores de actitud era prácticamente inexistente, lo que los lleva a sugerir que en dichas disciplinas se requiere un mayor grado de objetividad al momento de escribir artículos que los sitúe dentro de su comunidad discursiva. La comparación de las mismas disciplinas en el persa resaltó que el uso de los recursos textuales e interpersonales era mayor en lingüística aplicada que en ingeniería en informática, al igual que en el inglés. Sin embargo, el contraste entre las dos disciplinas en el uso de los elementos metadiscursivos no es claro, es decir, no demuestra, en general, diferencias significativas. La variabilidad entre los idiomas en los artículos de ingeniería en informática demostró que los recursos textuales en el persa tenían mayor presencia en persa que en el inglés, pero que, a su vez, en el inglés los recursos interpersonales estaban más presentes que en persa, lo que indicaría que para los autores persas la comprensibilidad de un texto ignoraría la relación que se establece entre lector y escritor, primando, por su parte, un numeroso uso de transiciones que asegurarían la coherencia del documento (Reza y Mansoori, 2011, p. 46). Por último, las diferencias entre el inglés y el persa en los artículos de lingüística manifiestan diferencias significativas entre todos los elementos metadiscursivos con excepción de los marcadores endofóricos.

Junto con lo anterior, Khajavy, Asadpour y Yousefi (2012) realizaron un estudio en el que contrastaron el uso de las estrategias metadiscursivas empleadas en la sección de discusión de artículos de investigación del área de la Sociología también entre el inglés y el persa. A partir de la misma caracterización establecida por Hyland (2005), los investigadores determinaron que efectivamente existen diferencias significativas entre ambas lenguas (Khajavy, Asadpour y Yousefi, 2012, p. 154). En general, los artículos redactados en inglés contaron con una mayor cantidad de casos que aquellos escritos en persa en todas las categorías, con excepción de los marcadores endofóricos, lo que demostraría que las discusiones serían menos lineales que en inglés: habría más explicitud en la manera en que se vuelve sobre argumentos antes presentados (p. 155). A juicio de los autores, la inclusión significativa de estas unidades en inglés en

comparación con el persa implica una interacción más fuerte, entre el escritor y los potenciales lectores, en los textos escritos en inglés que en aquellos escritos en persa en la misma disciplina. En otras palabras, los escritores ingleses guiarían de manera explícita a los lectores a lo largo de las discusiones.

Por otro lado, también se ha investigado el contraste entre otras lenguas. Por ejemplo, un estudio que involucró 3 lenguas (inglés, francés y noruego) en tres disciplinas diferentes (economía, lingüística y medicina) fue desarrollado por Dahl (2004) y tuvo como punto de partida el intento por determinar qué grado de influencia hay entre los rasgos de la escritura en la propia lengua materna y la cultura que se encuentra determinada por los aspectos disciplinarios de cada investigador. En otras palabras, la autora buscó establecer cuál de estas dos culturas es la que más influye al momento de dar cuenta de las contribuciones científicas (Dahl, 2004, p. 1808). El corpus analizado se compuso de 180 artículos de investigación, 60 en cada lengua y 20 artículos por disciplina, cuya elección estuvo mediada por las recomendaciones de expertos en cada una de las áreas. Con respecto a los resultados, la autora los divide de acuerdo con el área en la que se enfoca. Por un lado, respecto a los resultados relacionados con la disciplina, se observó que los artículos de investigación del área médica presentaban el mismo comportamiento metatextual entre las tres lenguas estudiadas, lo que no ocurre con las restantes disciplinas, en la medida en que tanto en economía como en lingüística el rol del autor como actor es muy preponderante. Por otro lado, en cuanto a las diferencias determinadas por la lengua nativa, la cantidad de metatexto en los artículos escritos en francés es menos de la mitad que aquellos que fueron escritos en inglés o noruego (Dahl, 2004, p. 1820). En resumen, a juicio de la autora, a partir del hecho de que la medicina es un campo de estudio más maduro y estable que la economía y la lingüística, es en estas áreas donde la identidad nacional, representada por los valores idiomáticos transmitidos, cumplen un papel fundamental, en la medida en que los autores deben recurrir a más recursos retóricos para cumplir sus propósitos discursivos.

En el campo de las comparaciones contrastivas entre el español y el inglés, Mur-Dueñas (2011) efectuó un trabajo muy importante que dio cuenta comportamiento metadiscursivo en artículos de investigación escritos en español. El objetivo de su investigación es analizar contrastivamente artículos de investigación del área de Gestión de Negocios (*Business Management*) escritos y publicados dentro de la disciplina en dos contextos culturales diferentes (Estados Unidos, con una audiencia



internacional y España, con una audiencia nacional), en la medida en la que pretende determinar diferencias retóricas y discursivas culturales en la expresión de la interpersonalidad. Al hacerlo, entregará claves a los académicos españoles que deseen publicar en el contexto internacional (Mur-Dueñas, 2011, p. 3068). La metodología de análisis empleada es la de Hyland y Tse (2004) y Hyland (2005) con algunos ajustes que permiten realizar la comparación entre lenguas. Concretamente, en el plano textual la autora analiza: marcadores lógicos, glosas, secuenciadores, topicalizadores, marcadores endofóricos y evidenciales; mientras que en el plano interpersonal: relativizadores, enfatizadores, marcadores de compromiso y auto-menciones (Mur-Dueñas, 2011, p. 3070). La investigación fue llevada a cabo mezclando una metodología mixta de análisis de corpus: *corpus-driven approach* y *corpus-based approach*. Los resultados señalaron que los artículos escritos en español presentaban una menor cantidad de marcadores textuales, es decir, aquellos que establecen las relaciones entre las ideas y la organización del documento, en comparación con los artículos en inglés. Además, se detectó un escaso empleo de evidenciales en los artículos en español, lo que obliga a los lectores a inferir una gran cantidad de información solamente a partir de su conocimiento disciplinario. Lo anterior representa la noción de que los investigadores españoles tienen una actitud que le traspa la responsabilidad a los lectores (*reader-responsible style*) mientras los investigadores que escriben en inglés apelan a una responsabilidad centrada en el escritor más que en el lector (*writer-responsible style*). De esta manera, se demuestra que a pesar de que los investigadores pertenecen a una misma cultura académica se manifiestan claras diferencias según las convenciones impuestas en sus determinados contextos, que van más allá de ser meramente disciplinarios (Mur-Dueñas, 2011, p. 3075).

#### **5.4.2. Los estudios metadiscursivos no contrastivos en ámbitos académicos**

La investigación realizada por Hyland (1999) se ha constituido como una de las investigaciones pioneras y obligatorias en el área de las investigaciones metadiscursivas en contextos académicos. Parte de la base de que el género discursivo con el que más comúnmente se encuentran los estudiantes de *pregrado* es el de los textos de estudio (*Textbooks*), los cuales se erigen como una de las fuentes primarias para el acceso a los conceptos y métodos analíticos de cada disciplina. Además, cumplen un rol fundamental en la experiencia de aprendizaje, en la medida en que comienzan a insertar

a los estudiantes en la disciplina, a través de prácticas discursivas que implican: normas, convenciones y concepciones ideológicas sobre una cultura académica específica (Hyland, 1999, p. 3). Bajo esta mirada, los libros de texto se establecen como repositorios del conocimiento, en contraposición con los artículos de investigación, que se constituyen como un género altamente valorado para la legitimación de un investigador en el interior de una disciplina. De esta manera, el trabajo realizado por Hyland (1999) se centra en las estrategias metadiscursivas de un documento, con el fin de investigar las variaciones disciplinarias y las prácticas genéricas de quienes escriben libros de texto. El corpus se compone de extractos de 21 libros de textos introductorios en tres disciplinas: microbiología, marketing y lingüística aplicada, que representan un total de 124 mil palabras. El promedio de cada extracto fue de 5.900 palabras provenientes de capítulos completos y secciones sustanciales de capítulos de los libros de texto (Hyland, 1999, p.5). Los textos fueron escogidos a partir de los programas de las asignaturas, en tanto eran recomendados por los profesores por contener el núcleo de los contenidos más fundamentales del área. Al mismo tiempo, se construyó un corpus paralelo de 21 artículos de investigación para comparar los resultados con textos prestigiosos provenientes de revistas de investigación recomendadas por informantes expertos en las mismas tres disciplinas. El análisis cuantitativo resaltó la importancia del metadiscurso en los libros estudiados con un promedio de 405 casos por texto, es decir, casi uno cada 15 palabras. Los autores de estos documentos emplean más metadiscurso textual que interpersonal y, dentro de éstos, los conectores y las glosas son los más frecuentes en cada disciplina. Esta supremacía acentúa la idea de que el metatexto guía el proceso de lectura, puesto que señala la organización discursiva y clarifica los significados proposicionales (Hyland, 1999, p. 9). La comparación entre los dos corpus estudiados dio cuenta de una gran similitud en la frecuencia en el número total de casos, pero con notables diferencias en la proporción de las dos categorías estudiadas (metadiscurso textual e interpersonal). Es tal el afán persuasivo de los artículos de investigación que la presencia de metadiscurso interpersonal llega a casi la mitad del total, mientras que en los libros de texto es casi un tercio del total. Las formas textuales representan alrededor del 70% de todos los casos metadiscursivos en los libros de texto. Su uso se relaciona con el objetivo de reducir la carga cognitiva del contenido proposicional para los estudiantes noveles y presentar un contenido comprensible (Hyland, 1999, p. 14).

En resumen, los libros de texto se caracterizan tanto por un estilo discursivo elaborado que ordena el material proposicional y elicit sus mismas conexiones como por un empleo de estrategias interpersonales que enfatiza el rol del experto en tanto escritor hacia un lector determinado. Por otro lado, los autores de artículos de investigación se dirigen a sus lectores como pares dentro de la comunidad discursiva y usan las estrategias textuales e interpersonales para valerse del conocimiento compartido y enfatizar el sentido de solidaridad disciplinaria (Hyland, 1999, p. 21).

El estudio de los resúmenes de los artículos de investigación ha sido también materia de análisis para varios investigadores. Gillaerts y Van de Velde (2010) señalan que la naturaleza de este tipo de discurso aún es sinónimo de debate: algunos estudiosos indican que se trataría de una dificultad determinada por si su función principal es dependiente de una simple reproducción condensada de un texto o una expansión del título. Otros aseguran que la dicotomía tendría relación con su función en tanto indicador del contenido de los artículos de investigación o, más bien, un mero resumen informativo del contenido. Con todo, a pesar de estas dificultades sobre su propio carácter, es aceptado el hecho de que se trata de un género discursivo particular, dado que responde a los requerimientos de las situaciones retóricas recurrentes dentro de una comunidad y, con el fin de dar una solución a dichos requerimientos, se plantean estudios sobre su naturaleza retórica (Sándor, 2007). Este constructo es, por definición, uno social que se entiende si se contextualiza como la interacción entre sujetos que participan en un contexto social e institucional (Gillaerts y Van de Velde, 2010, p. 129). Bajo esta concepción del género, el estudio de los recursos interpersonales metadiscursivos expuestos por Hyland (2005) se plantea como el modelo de examen adoptado para la investigación de los autores. El corpus considerado estuvo conformado por 72 resúmenes extraídos de la revista “Journal of Pragmatics”, de diferentes volúmenes con un intervalo de 5 años entre cada uno, desde el año 1982 hasta 2007, con un total de 11.141 palabras. Al realizar la comparación con los resultados obtenidos por Hyland (2005) para los artículos de investigación, los autores aseguran que la presencia total de este tipo de recursos interacciones es comparable en ambos géneros, aunque en los resúmenes haya mayor uso de enfatizadores (*boosters*) y menor de atenuadores (*hedges*) que en los artículos de investigación. Lo anterior no sería completamente inusual, puesto que los resúmenes tienen la intención de convencer al lector de que el artículo vale la pena ser leído y que el autor está

presentando, efectivamente, una investigación interesante (Gillaerts y Van de Velde, 2010, p. 132). Desde un punto de vista histórico, la evolución de los resúmenes demostró a los investigadores que a medida que pasa el tiempo, los resúmenes cuentan con más información de carácter ‘factual’ en lugar de ser metadiscursivo, es decir, con el tiempo la presencia ha ido decayendo consistentemente.

Por otra parte, Wang (2012) realiza un análisis de las estrategias metadiscursivas empleadas en los libros para aprender inglés como segunda lengua en China y Japón. La autora es consciente de que los libros de texto escolares deben ser interesantes con el fin de promover un compromiso con los niños, para así ayudarlos a aprender el contenido de las diferentes materias. En este sentido, parte de la concepción de que el metadiscursivo facilita el proceso de lectura lo que promovería una función pedagógica más allá del mero aprendizaje (Wang, 2012, p. 106). Dicha función es la que se trata de enfatizar en su investigación en tanto sus características podrían estar determinadas por las diferencias entre los estándares curriculares propuestos para su país. Se investigaron 4 libros de texto en el séptimo grado de enseñanza que fueron seleccionados de acuerdo a su autorización oficial para ser empleados en el sistema educativo chino y japonés. En cuanto a los resultados más destacables, la autora precisa que el metadiscursivo informacional en los textos chinos estaba orientado a los objetivos, lo que permite discernir entre los postulados de las metas planteadas y los planteamientos de los post-planes (Wang, 2012, p. 117); mientras que en los recursos actitudinales predominó, por encima de otras categorías, el *metadiscursivo predominante*, que enfatiza la información importante para cada lección.

#### **5.4.3. Los estudios metadiscursivos fuera del ámbito académico**

A pesar de que la mayor parte de las investigaciones se ha desarrollado en ámbitos académicos, no dejan de ser importantes y significativas aquellas que han optado por investigar otro tipo de contextos. De esta manera, una ampliación de la noción viene de la mano de Kumpf (2000), quien plantea que para que la comunicación técnica sea efectiva desde un punto de vista retórico, los recursos metadiscursivos no deben ser entendidos como fenómenos propios del discurso escrito, sino que también juegan un papel fundamental los recursos visuales para lograr los fines discursivos de cada autor. En otras palabras, la influencia de un autor (la manera en que trasciende los propios textos que escribe) no se ciñe, exclusivamente, a los recursos gramaticales o léxicos

escogidos, sino que también se relaciona con el color o la tipografía con la que se escribe. Kumpf (2000) señala que es necesario enseñar que la transmisión del conocimiento técnico no se supedita a las selecciones determinadas por la lengua, sino que también influyen las elecciones visuales que hagan los autores sobre sus mismos textos. De esta manera, define diez tipos diferentes de estrategias metadiscursivas visuales, basándose en el control que tendrían los escritores sobre ellos en diferentes grados. Las diez estrategias identificadas son:

1. Primera impresión (*first impression*): influye la recepción de un documento antes, incluso, de leer la primera palabra. Por ejemplo, la disposición del texto (cantidad de columnas e interlineado) puede significar que se trate o no de un documento académico. Es una categoría, a diferencia de lo que ocurre con el metadiscurso textual, que no es opcional, esto es, un texto ha de tener una primera impresión.
2. Peso del documento (*heft*): es una categoría que se encuentra íntimamente relacionada con la *primera impresión*. Se trata de la cantidad de texto de un documento y a su misma disposición en las hojas. Se refiere, así, a la cantidad de texto que el lector espera de acuerdo al tipo de documento que vaya a leer, es decir, según el género discursivo al que pertenezca.
3. Convención (*convention*): se refiere al tipo de información y a su disposición en las hojas de acuerdo al tipo de género discursivo al que pertenezca (o si no se puede identificar con un género claro, la disposición esperada en textos anteriores y similares).
4. División (*chunking*): se identifica con la disposición visual de la información en párrafos, capítulos, información resaltada a través de colores de fondo o comentarios en figuras. Es todo texto que se pueda encontrar dentro de ciertos límites, cada uno de éstos se considera como una unidad de información.
5. Esqueleto externo (*external skeleton*): se define como aquellos elementos que le permiten al lector evaluar la organización de un documento, por lo que influyen factores como el índice, la numeración de las páginas, notas al pie de página, etc.
6. Consistencia (*consistency*): es la tendencia del lector a determinar una unidad, una configuración que se mantiene inalterable a lo largo de un documento ya sea en su estilo o en su tono.

7. Gasto (*expense*): se refiere, simplemente, a los costos en los que debe incurrir el autor para influir a su audiencia, es decir, el costo del papel empleado, la tinta para imprimir, entre otros aspectos.
8. Atracción (*attraction*): se relaciona con la capacidad del autor para mantener a los lectores interesados en el documento, en el sentido de que se sientan atraídos para seguir leyendo y no quedarse en una hipotética buena *primera impresión*.
9. Interpretación (*interpretation*): se refiere al empleo de imágenes, tablas, figuras, gráficos, entre otros, que permiten, por un lado, al escritor presentar información resumida en otro tipo de formato y, por otro, al lector le permite interpretar la información de una manera menos directa.
10. Estilo (*style*): se refiere al estilo de la tipografía escogida.

Por último, para Kumpf (2000, p. 419) es tal la importancia del metadiscurso visual en la comunicación técnica que éste puede, incluso, convertirse en el discurso principal y primario para los lectores, en detrimento del discurso escrito, permeado por las estrategias metadiscursivas propias de la escritura que requieren de un contexto inmediato para proyectar las intenciones de un determinado autor.

Por otro lado, los anuncios publicitarios en inglés también han sido objeto de estudio por parte de algunos investigadores. Fuertes-Olivera et al. (2001) examinaron 125 anuncios publicitarios de una reconocida revista de circulación internacional con el fin de demostrar la importancia de las herramientas metadiscursivas en este tipo de discursos. Los anuncios publicitarios impresos, a juicio de los autores, es uno de los dominios en los que la orientación hacia el lector es primordial para conseguir los objetivos retóricos de la institución (en este caso, una empresa), en la medida en que la premisa a la que suscribe la investigación afirma que la publicidad es un ejemplo de comunicación encubierta (p. 1291). El modelo de análisis se encuentra conformado por: marcadores endofóricos, evidenciales, marcadores de persona, atenuadores (*hedges*) y enfatizadores (*boosters*). En cuanto a los marcadores de persona (identificados con los pronombres personales), el uso que se detectó se relaciona con tres funciones diferenciadas: para solidarizar con potenciales compradores; para ayudar a los potenciales compradores a identificar los productos ofrecidos con íconos socioculturales o para reforzar estereotipos; y, por último, para asociar a la compañía o los productos con alguna celebridad. Los relativizadores se utilizaron para disminuir el tono del mensaje, al determinar al verbo de la cláusula principal; para originar ciertos

grados de duda en relación con lo especificado en los avisos; para que los creadores de los avisos se aseguren de no interferir en el acto de libertad de todo consumidor. Los enfatizadores cumplen la función de incentivar a las personas para que compren cosas que no necesitan, pero de manera no directa. Por su parte, los marcadores endofóricos cumplen la función de relacionar las imágenes con el texto del aviso. Asimismo, los evidenciales buscan establecer la intertextualidad para asociar a los consumidores los mensajes con otros artefactos culturales, para lo que deben apoyarse en el empleo de documentos que sean muy conocidos por todo el mundo.

Por su parte, González (2005) investigó las estrategias metadiscursivas que emplean ciertas empresas en sus respectivas páginas web, enmarcándose dentro del marco referencial construido por Fuertes-Olivera, Velasco-Sacristán, Arribas-Baño y Samaniego-Fernández (2001). El autor considera que las características utilizadas pueden ofrecer información sobre los propósitos persuasivos que buscarían conseguir las empresas. Sin embargo, destaca el autor, la pertinencia en el uso de cierto mecanismo metadiscursivo dependería, en gran medida, del tipo de género en el que pueda ser categorizado un texto, de la intención del escritor y a quien vaya dirigido ese texto. Para definir el género que está investigando, se basa en la descripción realizada por Bhatia (1993, cit. en Alejo González, 2005) para las cartas promocionales de ofertas comerciales. Así, el tipo de texto que él investiga se define a partir de tres movimientos (*moves*) principales: establecimiento de credenciales (*about us*); introducción de la oferta (*products and services*); y solicitud de respuesta (*contact us*). En sus resultados, concluye que si bien los modelos de estudio son aplicables a este tipo de género, es necesario incluir nuevas categorías que den cuenta de los fenómenos que no han podido ser descritos. Concretamente, el autor se refiere a que dentro del estudio de las estrategias metadiscursivas en páginas web deben estar integrados los hipervínculos (*hyperlinks*) en la medida en que cumplirían una función metadiscursiva más allá de la función puramente tecnológica:

Links may function as evidentials or as endophoric markers, depending on whether we interpret them as referring to other texts or to other parts of a text. The reason is simple: they provide readers with cues as to the place where the page being read coheres with other pages or with other parts of the page (Alejo González, 2005, p. 48).

Desde otra perspectiva, Skulstad (2005) investiga el empleo de las estrategias metadiscursivas en un género emergente: el de los informes ambientales, que son contrastados con el género ya establecido de los informes corporativos anuales, ambos pertenecientes a compañías inglesas. Dicha comparación, llevada a cabo desde un punto de vista cualitativo, permitiría establecer el grado de fijación de este nuevo género en relación con uno ya fijado y admitido por la comunidad discursiva respectiva. La investigación aportó que en el caso de los géneros aún no reconocidos como tales por la comunidad requieren un mayor número de estrategias metadiscursivas que permitan a los lectores una correcta interpretación del contenido presentado, en la medida en que ni siquiera los especialistas en el área son realmente conscientes acerca de las características que debiesen presentar. En este sentido, los marcadores de acción y las anticipaciones locales y globales resultaron particularmente útiles en este tipo de discursos.

Las columnas de opinión, uno de los géneros discursivos que más requiere de mecanismos de persuasión adecuados, también ha sido examinado. Dafouz-Milne (2008) llevó a cabo una investigación contrastiva considerando 20 columnas de opinión del periódico español “El País” y 20 del inglés “The Times”. El análisis realizado reveló que las columnas escritas en español tienen un número superior de marcas metadiscursivas textuales que sus similares en inglés, aunque éstas manifiestan más marcas interpersonales que las escritas en el diario español. Como sea, estas diferencias no resultaron ser significativas desde un punto de vista estadístico, lo que junto a su elevada presencia en los textos, según la autora, reafirma el principio de que el uso de este tipo de estrategias es muy importante para conseguir los objetivos persuasivos que imponen las convenciones propias del género. A pesar de esta homogeneidad entre las columnas en ambos idiomas, podrían aparecer variaciones, como, por ejemplo, en el empleo de marcadores lógicos, el cual respondería a diferencias en las tradiciones argumentativas que se presentan en uno u otro idioma.

Una investigación novedosa es la que presenta Khabbazi-Oskouei (2013) quien postuló una nueva categorización para las estrategias metadiscursivas interpersonales que se encuentran en los editoriales de revistas inglesas, en la medida en que los modelos anteriormente propuestos (por ejemplo, Hyland, 2005), por un lado, se han realizado para contextos comunicativos muy diferentes y, por otro, no especifican el sustento teórico y metodológico en que basan la diferenciación si un contenido es o no



proposicional (para que así pueda ser identificado como metadiscursivo). Desde el punto de vista metodológico, se adscribe a una concepción funcionalista del análisis (en el sentido de Halliday) que debe ser complementada por la función sintáctica que desempeña cada expresión estudiada. La especificación metodológica de la autora (p. 104-5) se divide en cinco aspectos fundamentales:

1. El término *hedge* es remplazado por el de ‘marcador de incertidumbre’ (*uncertainty markers*) puesto el término *hedge* cubre una amplia categoría de palabras y expresiones poco claras.
2. Las expresiones modales se caracterizan de acuerdo al significado que expresan, es decir, si la ‘modalidad’ es usada de manera no proposicional cada expresión puede expresar incertidumbre, certeza o actitud. Al mismo tiempo, los verbos modales pueden ser empleados de manera proposicional, cuando por ejemplo indican habilidad. En estos casos, la investigadora no los considera como metadiscursos interpersonal.
3. La ‘atribución’, entendida como la referencia del escritor a otras fuentes, es considerada como no proposicional cuando su función es la de reforzar la fuerza que desea manifestar el escritor.
4. Las expresiones adjetivales son consideradas como material proposicional a menos que estén complementadas por cláusulas con *that*, como ‘it’s (adj.) + that’.
5. Los pronombres personales son inherentemente proposicionales. Es decir, al ser tan importantes para establecer el compromiso con los lectores, son incluidos como parte del discurso interpersonal.

Ahora bien, enfocándonos específicamente en el área de la CMO, las investigaciones siguen siendo escasas. Los estudios se refieren, en general, a algún aspecto en particular de las estrategias metadiscursivas, sin emplear ni la metodología ni descansar en el marco teórico propuesto para este tipo de pesquisas. Por ejemplo, como metadiscursos se hace referencia, en varias de estas investigaciones, a su sentido más amplio y *jakobsoniano*, es decir, *discurso sobre el discurso* en el cual se evalúa la manera en que los participantes denominan y tratan cierto tipo de discurso que en el entorno multimedia se produce (Herring, 2007).

Aun así, hay importantes estudios en el área. Por ejemplo, Zitzen (2004) buscó mostrar la manera en que los participantes marcan lingüísticamente la progresión topical gracias al uso de algunas estrategias metadiscursivas. El análisis se realizó sobre un corpus de 228.952 palabras de textos típicos mediados por ordenador, tanto síncronos como asíncronos. Los resultados obtenidos demostraron que los hablantes requieren de una gran cantidad y un amplio rango de estrategias metadiscursivas para lograr sus propósitos comunicativos, en la medida en que resulta imperioso entregar pistas en un entorno marcado por la ausencia de co-presencia física que permitiría comprender, de una forma más clara, las características del devenir de la conversación en línea.

Por su parte, una de las investigaciones más innovadoras fue la realizada por Ryoo (2005) quien explora la manera en que se construye el metadiscurso en la CMO y la función que cumpliría en la producción de textos. Uno de los rasgos sobresalientes del estudio es el enfoque contrastivo adoptado, en la medida en que los autores de los textos son estudiantes universitarios provenientes de diferentes culturas con diferentes lenguas maternas. Se recogieron las intervenciones de 2 hablantes nativos de inglés y 3 no nativos (un hablante nativo de árabe, uno de coreano y un último de turco). Los mensajes se caracterizaban por ser asíncronos, puesto que eran parte de un foro de discusión acerca de las actividades de la asignatura que cursaban los alumnos. Se recolectaron un total de 103 mensajes y se consideraron para el estudio solo los 10 primeros de cada autor, puesto que su extensión era mucho mayor que los últimos (en promedio, su extensión era de 141 palabras). El análisis de los documentos, a su vez, se aleja de los modelos tradicionales propuestos para el examen de las estrategias metadiscursivas y se centra en el enfoque sistémico funcional de Halliday. Así, llaman la atención las cuatro variables escogidas por la investigadora planteadas en función de las tres categorías señaladas por la lingüística sistémico funcional: ideacional, interpersonal y textual. En primer lugar, se consideró la densidad léxica en tanto el índice de densidad léxica indica cuantas unidades léxicas se emplean en comparación con unidades gramaticales, vale decir, lleva a cabo una diferenciación entre palabras de contenido y palabras funcionales con el objetivo de determinar el campo semántico al que se refieren los participantes (Ryoo, 2005, pp. 25-26). En segundo lugar, se analizó el uso de los pronombres y los auxiliares modales para determinar la manera en que los participantes establecen sus relaciones interpersonales a partir de una perspectiva

gramatical. Además, también estudió dos variables textuales: ordenadores discursivos y extensión de las oraciones, empleadas por los escritores para contextualizar un texto. Por último, se distinguieron aquellas estrategias propias de la CMO utilizadas para contextualizar los escritos por parte de los autores, es decir, emoticonos y puntuación (entendidos como elementos paralingüísticos). Conforme a lo anterior, los resultados obtenidos se mostraron a partir de las dimensiones a las que se refieren (Ryoo, 2005, pp.38-39). Desde el punto de vista ideacional, los hablantes nativos del inglés emplearon más palabras funcionales que los no nativos, lo que demostraría que el empleo de estas unidades responde no tanto a su conocimiento gramatical sino a una competencia pragmática en la lengua meta. En el ámbito interpersonal, los hablantes nativos de inglés emplean los verbos modales de una manera más diversa y frecuente que los no nativos, lo que les permite crear más interacciones entre lectores y escritores y, además, les permite expresar posicionamiento más subjetivos a partir de la información que están transmitiendo. Por último, desde un punto de vista textual, los hablantes nativos de inglés escriben de una manera más informal, es decir, tienen en cuenta el medio de comunicación que utilizan e interactúan en función de las posibilidades tecnológicas que este otorga, a diferencia de lo que realizan los hablantes no nativos de inglés, quienes prefieren emplear mecanismos de interacción más propios de la variedad escrita de la lengua.

Asimismo, Herring y Demarest (2011), en una de las vertientes de su investigación, examinaron la presencia de estrategias metadiscursivas en Voicethread.com, una plataforma de Internet que permite comentar a través de textos, audios o vídeos. Los resultados arrojaron una mayor presencia de estrategias metadiscursivas interpersonales en lugar de textuales, a juicio de las autoras debido a “the small numbers for interactive categories, and because they are less ‘social than the interactional categories” (Herring y Demarest, 2011, p.15). Además, se encontraron diferencias en el empleo de estos mecanismos de acuerdo a diferentes factores. En primer lugar, desde un punto de vista del tema, los mensajes referidos a la categoría *speeding* presentan una mayor presencia de metadiscurso interpersonal que los de la categoría *SciFi*. Asimismo, los hombres usan significativamente más atenuadores, marcadores de compromiso y marcadores de discurso que las mujeres, mientras éstas usan más intensificadores que los hombres.

Ya dentro del ámbito del turismo, Suau-Jiménez (2014) recolectó 180 hilos de conversación de un foro de viajeros alojado en la página web dedicada al turismo *Tripadvisor*, los cuales sumaban un total de 136.000 palabras. A partir de la taxonomía propuesta por Hyland y Tse (2004), se extrajeron los candidatos potenciales a convertirse en marcadores interpersonales gracias al programa de concordancias AntConc. El análisis cuantitativo reveló que la voz del escritor (es decir, su posición) basa su autoridad, en primer lugar, en las auto-menciones, luego en los atenuadores y, por último, en un uso limitado de intensificadores. Dicha autoridad (y estrategias empleadas para conseguirla) es relativamente más importante que la voz del lector (es decir, su compromiso con él), el que se sustenta en el empleo de pronombres personales, principalmente. De esta manera, la investigadora sugiere que el género que se desarrolla en el foro de los viajeros es dependiente de la experiencia personal de cada uno de los participantes, si se considera que las opiniones *boca a boca* se constituyen como uno de los factores determinantes en la toma de decisiones de los usuarios de una comunidad.

Para finalizar, en lengua española, específicamente, en periódicos digitales chilenos, González Arias (2014) investigó el empleo de las estrategias metadiscursivas en un corpus tanto de 10 columnas de opinión como 200 comentarios que dejaron los usuarios a las mismas, en dos medios electrónicos chilenos: *Emol* y *The Clinic*. El método de análisis se apoyó en la taxonomía propuesta por Hyland (2005). En sus resultados, el autor afirma que:

Las columnas de opinión y los comentarios tienen patrones de uso de recursos metadiscursivos diferentes. Dentro de los rasgos característicos de los comentarios destacan los enfatizadores, marcadores de actitud y marcadores de compromiso. Estos rasgos en conjunto permiten dar fuerza a las ideas expresadas y muestran el involucramiento personal del locutor. La mayor frecuencia de recursos interaccionales se podría explicar fundamentalmente porque la cadena de comentarios se desarrolla como conversación. En otras palabras, identificamos un efecto de género en el uso de metadiscursos en las dos prácticas estudiadas sobre la base de la distribución de frecuencia de uso de determinados recursos metadiscursivos (González Arias, 2014, p. 172).

## 5.5. Clasificación de las estrategias metadiscursivas

En esta sección se revisarán algunas de las clasificaciones que se han realizado para el análisis de las estrategias metadiscursivas.

En primer lugar, la investigación llevada a cabo por Marandi (2003) estudia el impacto de la lengua/cultura en el uso de las estrategias metadiscursivas en las tesis de máster de 3 grupos diferentes: hablantes de persa nativos, hablantes de persa que son aprendices de inglés y hablantes nativos de inglés. La autora presenta una nueva tipología basada en cinco categorías textuales metadiscursivas y cinco categorías interpersonales. Dicha tipología está inspirada en el análisis propuesto por Crismore, Markkanen y Steffensens (1993), pero con algunas variaciones con respecto a ésta. La ampliación del modelo de análisis se fundamenta en que las categorías por ellos elicidas no son lo suficientemente claras, en la medida en que se confunden con otras. Así, el modelo presentado por la autora, se resume de la siguiente manera (Marandi, 2003, p. 28):

1. Metadiscurso Textual
  - a. Organizadores de texto
    - i. Conectores
    - ii. Topicalizadores
    - iii. Recordatorios
    - iv. Marcadores de intención
  - b. Marcadores interpretativos
2. Metadiscurso interpersonal
  - a. Atenuadores
  - b. Enfatizadores
  - c. Atributivos
  - d. Marcadores de persona
  - e. Marcadores relacionales

De forma complementaria, Dahl (2004) diseñó una nueva propuesta de elementos metatextuales con dos categorías. Mientras la primera lo denomina *metatexto locacional* y se identifica con aquellos elementos lingüísticos que se refieren al texto mismo (cuya función principal es ayudar al lector dentro de su proceso de lectura al interior del documento); el segundo lo llama *metatexto retórico* y se relaciona con los meta

elementos que asisten al lector en el procesamiento del documento haciendo explícito los actos retóricos imprescindibles en el proceso argumentativo (Dahl, 2004, p. 1812).

A partir de diferentes conceptualizaciones teóricas, Wang (2012) basándose en la metodología empleada de Crismore (1983), enfocada en las funciones del lenguaje y las técnicas retóricas dentro de los textos escolares (Wang, 2012, p. 107), consideró: metadiscurso informativo (tales como metas, pre-planes y post-planes); metadiscurso actitudinal (como enfatizadores, relativizadores) y el promedio de uso de la lengua que se está estudiando. (Wang 2012)

Como se ha visto, a pesar de que reconocemos la existencia de diferentes modelos de clasificación, en esta investigación consideraremos como modelo planteado por Hyland (2005). Éste se enmarca dentro del paradigma de la LSF y se ha basado tanto en sus trabajos previos sobre el área (Hyland, 1998 y 2000) como en la concepción sobre el fenómeno que presentan Thompson y Thetela (1995, cit. en Hyland, 2000), quienes analizan la gestión de la interacción en la publicidad escrita. En este sentido, se identifican *recursos textuales e interpersonales*.

Los recursos textuales se relacionan con la conciencia que posee el escritor sobre la participación de la audiencia y las maneras que busca para acomodar el conocimiento probable, intereses y expectativas retóricas (Hyland, 2005, p. 49). En estos, Hyland (2005, pp. 50-52) distingue 5 categorías:

1. Marcadores de transición: son principalmente conjunciones o frases adverbiales que permiten a los lectores interpretar ciertas conexiones pragmáticas entre las proposiciones.
2. Marcadores de estructura textual: especifican los elementos esquemáticos de la estructura del texto.
3. Marcadores endofóricos: son expresiones que se refieren a otras partes del texto.
4. Evidenciales: son representaciones de una idea proveniente de otra fuente, que guía la interpretación de los lectores.
5. Códigos de glosa: aportan información adicional a lo que se señala en el texto.

Por último, los recursos interpersonales se refieren tanto a las maneras en las que el escritor expresa sus puntos de vista como a las formas en que dichos puntos de vista se relacionan con posiciones de la comunidad determinadas socialmente (Hyland, 2005, p. 52). Hyland (2005, pp.52-54) distingue, igualmente, 5 categorías:

1. Atenuadores: se refieren a algunas estructuras que indican la decisión del escritor por reconocer otros puntos de vista sin comprometerse completamente con lo señalado.
2. Intensificadores: se relacionan con estructuras que si bien reconocen otras perspectivas, permiten al autor, al mismo tiempo, reducir la cantidad de visiones y centrarla solo en una, esto es, con aquella con la que está de acuerdo.
3. Marcadores de actitud: se refieren a las actitudes que puede adoptar el escritor frente a determinadas proposiciones.
4. Auto menciones: indican el grado de presencia explícita del autor en el texto, medido a través de la frecuencia de primera persona y adjetivos posesivos.
5. Marcadores de participación: son dispositivos que involucran explícitamente a los lectores, ya sea para captar su atención o incluirlos como participantes del discurso.





## **6. EL ESPAÑOL COMO LENGUA INTERNACIONAL**







Todas las lenguas tienen variación interna, esto es, cada lengua existe en un número de variedades y es, en un sentido, la suma de esas variedades. Sin embargo, no hay consenso en el momento de conceptualizar lo que se entiende por variedad de una lengua. Para Hudson (1996, cit. en Wardhaugh, 2009), una variedad de lengua se trata de un conjunto de elementos lingüísticos con una distribución similar. A partir de esta definición, según Wardhaugh (2009) serían variedades del español: el de Perú, el de Buenos Aires, el de Chile o, incluso, el lenguaje específico del fútbol en español. Por lo tanto, una variedad puede ser algo más grande que una simple lengua, así como algo menos que lo que se entiende como dialecto. En la misma dirección, Ferguson (1972, cit. en Wardhaugh, 2009) da otra definición de variedad: cualquier patrón de habla humana que es suficientemente homogéneo para ser analizado por las técnicas disponibles de descripción sincrónica y que tiene un extenso repertorio de elementos y sus procesos con suficiente material como para funcionar en todos los niveles formales de comunicación.

Como se aprecia, existe dificultad para determinar lo que es una lengua y un dialecto. Por eso, ¿cuándo se decide lo que es una lengua o un dialecto? La confusión provendría incluso desde la época de los griegos: lengua se usaría para referirse tanto a una única norma lingüística como a un grupo de normas relacionadas, mientras que el dialecto se referiría a una de esas normas. No obstante, el tema comienza a tener dificultades de interpretación a partir del uso del término francés ‘patois’: mientras el dialecto sería una variedad regional asociada a una tradición literaria, el ‘patois’ sería una variedad regional que carecería de tradición literaria. El ‘patois’, así, tendería a ser usado de forma peyorativa (Wardhaugh, 2009).

A juicio de Wardhaugh (2009), la variación regional es una de las maneras más fáciles de observar la variedad en el lenguaje. En este apartado, se revisarán, sucintamente, aspectos generales sobre el uso de la lengua española en el mundo. De esta manera, nos servirá como marco referencial para entender la posición que tienen dentro del panorama hispánico tanto variedad del español de España como la del español de Chile.

## 6.1. Situación general del español en el mundo

Como agente económico, el Instituto Cervantes (2014) reconoce tres ámbitos relacionados, exclusivamente, con el español utilizado en España: la lengua como mercado, es decir, como un activo que se potencia por sí mismo y que incluye, por ejemplo, la enseñanza del español como lengua extranjera; la lengua como soporte de la comunicación y la creación (literaria, por ejemplo); y, por último, la lengua como idioma para el comercio, en la medida en que se facilitan las transacciones mercantiles con los países con los que se comparte lengua.

Para lograrlo, en los últimos años, se ha venido afirmando que el español es unitario y diverso, bajo el lema de *Unidad en la diversidad*. Para Moreno Fernández (2000, pp. 22-23):

[...] la lengua española es una cónine: se caracteriza por una homogeneidad lingüística apreciable especialmente en los niveles más cultos. Esta naturaleza común y la homogeneidad hacen posible el entendimiento –la intercomprensión– entre hablantes procedentes de latitudes muy alejadas entre sí: la unidad del español se demuestra en este hecho [...] Es fundamental comprender, ya lo hemos dicho, que el español aglutina variedades geolingüísticas y sociolingüísticas diversas. Con esto se quiere decir que, sin negar lo común, es evidente que la lengua general se manifiesta de formas distintas de acuerdo con variables externas a ella, como son la geografía, el tiempo, la sociedad y la situación.

Para reafirmar esta posición, enumera seis puntos que reafirman esta posición: a) el español es un idioma homogéneo; b) el español es una lengua de cultura de primer orden; c) el español es una lengua internacional; d) el español es una lengua geográficamente compacta; e) el español es una lengua en expansión; f) el español presenta un índice de comunicación muy alto y un índice de diversidad mínimo o bajo.

Esta postura es la que se promueve desde la Real Academia de la Lengua y la Asociación de Academias de la Lengua Española desde el año 2004, a partir de la publicación denominada *Nueva Política Lingüística Panhispánica* (2004) en la que se puntualiza:

[...] las Academias, en una orientación más adecuada y también más realista, se han fijado como meta común la de garantizar el mantenimiento de la unidad básica del idioma, que es, en definitiva, lo que permite hablar de comunidad hispanohablante, haciendo compatible la unidad del idioma con el reconocimiento de sus variedades internas y de su evaluación (Asociación de Academias de la Lengua Española y Real Academia Española, 2004, p. 3)

Sin embargo, esta postura no es del todo compartida por la comunidad investigadora, puesto que se crítica mucho el centralismo y la intención por elevar una variedad de lengua (la del español de España) como el estándar de lengua que debe ser impuesto por encima de las demás variedades. La noción de *unidad* que se ha venido mencionando hasta ahora implicaría la adopción de patrones que tienden a centralizar las divergencias. Para Lauria y López (2009, p. 56):

Consolidar determinados usos, proponer opciones tendientes a mantener la unidad y evitar el cambio, originado en la vacilación, son operaciones que involucran pautas de selección y agentes prescriptivos. El hecho de que la nueva política lingüística panhispánica deposite en la RAE y en las academias americanas la delimitación del patrón unificado es una estrategia discursiva que aboga por la unidad como una prioridad y que convalida el centro irradiador del modelo unificador.

Lamentablemente, tal como afirman ambas autoras, este afán por planificar los estándares de la lengua española en general responderían a la necesidad por parte de ciertas instituciones (por ejemplo, la Real Academia Española de la Lengua) por sacar ventajas políticas o económicas, a partir de solamente una variedad de la lengua, en este caso, la española, que pretende seguir manteniendo la exclusividad del uso puro del idioma. Semejante crítica es reafirmada por Lauria y López (2009, p. 60):

La “unidad básica” supone dilucidar la base de la lengua, aquello común a las prácticas lingüísticas de las diferentes regiones, es decir, presupone diferenciar entre una lengua ideal y las realizaciones geográficas de la misma para luego discernir los elementos subyacentes a todas las realizaciones lingüísticas. La base del idioma, por tanto, dejará fuera los elementos extranjeros y todos aquellos que tiendan a diferenciarse del patrón arbitrario, es decir, buscará mantener lo “puramente” castellano. Así, el cambio hacia el “panhispanismo”, hacia la contemplación de la diversidad, se constituye en una herramienta discursiva que oculta la prosecución de los viejos ideales de pureza y unidad de la lengua.

Un razonamiento similar, pero mucho más agudo, es el que defiende Moreno Cabrera (2014), quien se plantea la hipótesis de que todo el lema y las políticas lingüísticas llevadas a cabo por la Real Academia de la Lengua y la Asociación de Academias de la Lengua buscan mantener y perpetuar, bajo un nuevo tapiz, el imperialismo lingüístico que se ha mantenido a través de los siglos en nuestro idioma. A partir del análisis de los discursos de estas dos instituciones, Moreno Cabrera (2014, p. 18) acertadamente manifiesta:

[...] se afirma por un lado que todos los usos lingüísticos de los diversos países hispanohablantes son legítimos (por eso se habla de *policentrismo*) con la condición de que sean generales con respecto a una minoría de la población: la de los hablantes cultos. Aún así, han de cumplir otra condición: la de no romper el sistema.

Estas condiciones elitistas están pensadas para mantener un imperialismo lingüístico basado en las variedades cultas del español, uno de cuyos paradigmas esenciales de referencia es el de la lengua estándar peninsular. Por tanto, el policentrismo es un puro *flatus vocis*, dado que queda reducido a las pequeñas variaciones que se dan entre las variedades cultas, variedades que de una u otra forma están fuertemente influidas por un modelo homogéneo de la lengua escrita española basada en el modelo estándar peninsular como patrón de referencia básico de prestigio y ampliamente asumido.

Junto con lo anterior, Moreno Cabrera (2014) critica la relación que ha establecido esta nueva política lingüística panhispánica con asuntos económicos, en la medida en que percibe que este imperialismo lingüístico está en directa relación con el capitalismo económico de empresas, principalmente, de activos españoles que ven en Hispanoamérica un mercado para la expansión, y se convierte esta política lingüística en la justificación cultural de una nueva colonización.

Tal como se ha señalado anteriormente, la diferencia entre las nociones de lengua y variedad regional sería de índole política y no lingüística. Tal como puntualizan Lauria y López (2009, p. 69)

La distinción entre estos conceptos [lengua y dialecto] resulta útil para generar una falsa conciencia lingüística que opondría la variedad estandarizada (la lengua, resultado de las ejecuciones efectivas o por defecto de los Estados o grupos de poder) a la variedad regional (el dialecto, resultado del derrotero del sistema lingüístico al amparo de la ideología lingüística dominante).

## 6.2. Variedades del español: el español en España y en Chile

La situación lingüística en ambos países es muy diferente. El español en España es la lengua oficial del estado que, además, coexiste con otra serie de lenguas que tienen el carácter de co-oficialidad, según cada comunidad autónoma (catalán, vasco, gallego, asturiano, etc.). Junto con ello, a pesar de que la lengua española en España es considerada como una entidad homogénea, existen marcadas diferencias en todos los niveles de la lengua: fonético, morfológico y sintáctico. Dichas diferencias pueden tener diversos orígenes: influencia de sustrato lingüístico o incluso el contacto con otras lenguas (como el caso de las lenguas que coexisten en el país) (Lapesa, 1981).

En este sentido, y a modo de ejemplo, Moreno Fernández (2000) describe tres variedades geolectales que tienen lugar en el español en España (pero que no serían las únicas): el español castellano, el español canario y el español andaluz. Esta



diferenciación responde al tradicional foco de irradiación lingüística de la lengua española, que mantenía el ideal, es decir el estándar (lo que algunos consideran como *lengua común*) en el español castellano, con diferentes focos irradiadores dependiendo del momento histórico en el que nos centremos: Toledo o Madrid. Los principales rasgos que diferencian esta variedad del español en relación con las otras son dos: una de carácter fonético y otra de carácter sintáctico. Desde el punto de vista fonético, se manifiesta una diferenciación entre los fonemas /s/ y /θ/ y desde el sintáctico el empleo del pronombre personal de segunda persona plural *vosotros* en su función recta y de sus correspondientes en las oblicuas (por ejemplo, *os*, *vuestro*) y en las correspondientes conjugaciones verbales propias del paradigma. Obviamente, se señalan otras distinciones desde diferentes niveles lingüísticos, entre las que destacan la distinción entre la palatal central y la palatal lateral y la no aspiración de las sibilantes en posición final de sílaba. En otras palabras, esta caracterización no sería posible si no tuviera otras variedades del español a las cuales oponerse y poder determinar sus rasgos a partir de sus diferencias. Las divergencias más marcadas son las que presenta con el español andaluz y el español canario (considerado, muchas veces, como un puente lingüístico entre el habla peninsular y el habla hispanoamericana).

La colonización española en América implicó la eliminación gradual de las lenguas indígenas que se hablaban en diferentes partes del territorio y la consiguiente imposición de la lengua española. No obstante, los rasgos que adquirió el español en América se diferencian en gran medida de lo que sucedía en el centro irradiador del idioma en España. La investigación científica en el área ha demostrado que los primeros contingentes de españoles que llegaron a conquistar tierras americanas eran, en gran parte, andaluces (algo lógico, si se cuestiona sobre la ubicación de la salida de las principales embarcaciones que viajaban rumbo a tierras indianas) (Lapesa, 1981). De esta manera, una de las teorías más aceptadas es que en territorio americano se produjo un proceso de establecimiento de una lengua común (en este caso, de una variedad) por medio de una *coineización*, en la cual la variedad andaluza (predominante) podría haber sido considerada como el estándar en las tierras colonizadas (Cartagena, 2002).

Sin embargo, las diferencias que se pueden apreciar en las distintas variedades del español en América, al igual que en el caso de España, descansan en diferentes factores. El más importante, sin duda, es el político. La cercanía de los territorios que se

encontraban cerca de los virreinos, el de Nueva España y el del Perú (no consideramos el Virreinato de la Plata dada su tardía instauración en relación con los otros) propiciaron la permanencia de ciertas características lingüísticas con la variedad peninsular. Esto explicaría, en parte, la presencia de las sibilantes al final de sílaba en territorios cercanos a los virreinos (piénsese en México y Perú), en la medida en que su habla pretendería acercarse a lo que era considerado estándar en ese momento (Lapesa, 1981), puesto que en la época colonial, tal como menciona Haensch (1998, p. 567): “[...]las variantes americanas del español eran consideradas inferiores a la lengua de Castilla, no solo por los españoles de la metrópoli, sino también por los mismos hispanoamericanos”.

Como consecuencia, gran parte de las características (isoglosas) propias del español andaluz se mantuvieron en territorio americano, algunas de estas son: la neutralización del fonema palatal central y palatal lateral en favor del primero; el debilitamiento o pérdida del fonema /d/ en posición intervocálica; el seseo (es decir, la no diferenciación de los fonemas /s/ y /θ/, en favor del primero); el empleo de la forma *ustedes* para la segunda persona plural, en lugar de vosotros.

El español en Chile mantiene gran parte de esos rasgos y se manifiestan otros de acuerdo con el contexto situacional o a la condición socio-educacional de los hablantes. En Chile, el idioma oficial es el español, pero existe presencia de otras lenguas indígenas. La lengua indígena más hablada en Chile es el *mapudungún* (en la zona sur del país), el que es hablado por más de 250.000 personas. La influencia del mapudungún y de otras lenguas autóctonas (como el aimara o el quechua en la zona norte) se refleja en la lengua española, principalmente, en el plano léxico, más que en otros niveles lingüísticos (Villena, 2014).

Diferentes perfiles lingüísticos se han desarrollado sobre el español de Chile. Algunos de ellos (como el de Cartagena, 2002) se han mantenido efectuando descripciones a partir de los rasgos heredados desde la época colonial, que si bien mantienen al día a los lectores que no están al corriente de la materia, poco avanza en los rasgos que caracterizan al español en Chile en la actualidad. En este sentido, Oyanedel y Samaniego (1998) llevaron a cabo uno de los perfiles lingüísticos más novedosos y que consideraba aspectos que anteriormente no habían sido incluidos. Todo esto se ha debido a una rigurosa metodología sociolingüística que permitió a los autores

dar cuenta de resultados empíricos y no tan solo de manera impresionista o a partir de fuentes secundarias como se venía realizando con anterioridad (cf. por ejemplo Oroz, 1966).

Oyanedel y Samaniego (1998) dividieron sus resultados en 4 grandes categorías, cuyos fenómenos más relevantes detallaremos a continuación:

### 1. Sintagma nominal:

1.1 Género: se detectaron 3 palabras en las que la indeterminación de género por parte de los hablantes fue evidente y, en algunos casos, el empleo de uno u otro género respondía a razones sociolingüísticas, es decir, los hablantes relacionaban su uso en función del estrato social de las personas. Las palabras fueron: azúcar, hambre y calor. Otro resultado relevante es el género de las profesiones o cargos desempeñados por mujeres (por ejemplo: asistente/a).

### 2. Sintagma verbal:

2.1 Debilitamiento del subjuntivo y confusión interna de los tiempos: los autores señalan que:

El corpus ofrece numerosos casos de fluctuaciones de uso subjuntivo e indicativo. Se manifiestan en grados diversos tanto allí donde, según la norma estándar, el subjuntivo es condicionado semántica o sintácticamente por el contexto, como cuando las condiciones pragmáticas permiten la selección modal, de carácter pertinente (Oyanedel y Samaniego, 1998, p. 905).

2.2 Voseo pronominal y verbal: el voseo en Latinoamérica tiene su origen en la confusión que se produjo ya en tiempos de la conquista entre las formas de tratamiento de la segunda persona singular (Lapesa, 1981). En la época coexistían tres formas de tratamiento: vuestra merced (antecedente del actual usted), como fórmula de respeto y cortesía; vos, para designar relaciones de igualdad o gran familiaridad; tú, usado para referirse a alguien que está socialmente en una posición inferior respecto del hablante. Sin embargo, este paradigma sufrió modificaciones: las fronteras entre tú y vos se comenzaron a difuminar (Ramírez, 2007). La morfología verbal adoptada por el voseo se corresponde con la segunda personal plural (vosotros) diptongadas, del tipo *tomáis* o *coméis*, pero también se encuentran formas monoptongadas, del tipo *tomás* o *comés* (propias del voseo rioplatense) o formas mixtas, como las de

Chile, del tipo *tomáis* pero *comís* (Ramírez, 2007). En el corpus estudiado por Oyanedel y Samaniego (1998) se detectó uso de voseo pronominal junto con verbal en un grado menor que el empleo de voseo verbal solamente (es decir, *tú saliai* en lugar de *tú salías*).

### 3. Sintagma oracional:

3.1 “Le” por “les”: la alta frecuencia de aparición en el corpus estudiado lo sitúa como un fenómeno que está en vías de generalización (*él le pedía a los padres el permiso*).

### 4. Fenómenos nexuales:

4.1 Uso generalizado del “que” como simplificador de estructuras: ya desde los estudios realizados a mediados del siglo XX se decía que en Chile el uso de “cuyo”, “cual” y “quien” era muy reducido, y se habían remplazado por “que”. Esta percepción fue ratificada en el estudio de Oyanedel y Samaniego (1998) y además descubrieron que en muchos casos solía emplearse, incluso, sin preposición (*Conocí este hombre que me divorcié*).

4.2 Queísmo y dequeísmo: por un lado, el “que” enunciativo está muy generalizado en la norma culta formal, tanto oral como escrita. Por otro, el dequeísmo si bien está muy extendido, no se encuentra tan generalizado como el queísmo.

## **7. METODOLOGÍA**









En el este capítulo, se explican las diferentes fases en las que se dividió la investigación. En primer lugar, se lleva a cabo un breve repaso sobre las principales características de la Lingüística de Corpus (LC) y las herramientas que facilitan el etiquetado de grandes cantidades de texto, en función de subrayar la importancia de ejecutar estudios basados en documentos reales. En segundo lugar, se describen los rasgos del corpus empleado para el análisis, en la medida en que es muy importante especificar el contexto en el que se producen los comentarios en las noticias digitales, a partir de lo cual se especificarán los criterios que guiaron su compilación. Por último, se exponen los criterios de análisis en los que ha descansado este estudio: se explica la propuesta para el análisis de las estrategias metadiscursivas, diseñada especialmente para el examen de los comentarios de las noticias de la prensa digital, ya que se manifiesta la necesidad de ampliar las categorías de los modelos empleados en la literatura especializada según las características que adoptan los discursos en entornos digitales.

### **7.1. La lingüística de corpus: herramientas y etiquetado**

El uso de extensas colecciones de documentos para estudiar el lenguaje ha significado uno de los cambios más determinantes en la investigación lingüística en los últimos años, centrada durante años en emitir juicios sobre la gramaticalidad o agramaticalidad de los enunciados o bien sobre la adecuación o no adecuación de los mismos a partir de la competencia de una persona sobre su lengua (cf. Chomsky, 1969). Tal como señala Tognini (2010), se optó por un enfoque de estudio del lenguaje centrado en la lengua (o competencia) más que en el habla (actuación) de los hablantes. En este sentido, los supuestos metodológicos de la LC han simbolizado un antes y un después en la práctica investigadora: se comienza a investigar la actuación más que la competencia lingüística (Tognini, 2010). La idea de la LC comenzó a crecer durante la década de 1960, ya que la tradición lexicográfica buscaba para sus ejemplos citas de grandes autores que representaran el significado de las palabras en el uso y no el significado de las palabras en las oraciones (Tognini, 2010).

La principal preocupación de la LC radica en el lenguaje en uso, puesto que su objetivo es determinar de qué manera los hablantes explotan los recursos de su lengua (Biber, Conrad y Reppen, 1998). A juicio de Biber, Conrad y Reppen (1998, p.4), los rasgos definatorios de la LC son:

1. It is empirical, analyzing the actual patterns of use in natural texts;
2. It utilizes a large and principled collection of natural texts, known as “corpus”, as the basis for analysis;
3. It makes extensive use of computers for analysis, using both automatic and interactive techniques;
4. It depends on both quantitative and qualitative analytical techniques.

De esta manera, el enfoque permite identificar y analizar complejas *asociaciones de patrones*, en otras palabras, vías sistemáticas por las cuales las características lingüísticas son usadas en asociación con otras características tanto lingüísticas como no lingüísticas. Un patrón en la LC, en términos simples, es la repetición de estructuras que no responden a ninguna planificación previa (Hunston, 2010), que es muy difícil de encontrar, por 3 motivos fundamentales: a) la repetición en las conversaciones naturales son transitorias, ya que puede no haber efectos perceptibles; b) los hablantes de una lengua tienen intuiciones no 'sintonizadas' sobre la frecuencia del léxico y sobre la frecuencia de las co-ocurrencias en particular; c) los patrones involucran la repetición de *cosas*, pero esas *cosas* pueden ser de diferentes tipos, en otras palabras, pueden tener una similitud conceptual, pero no superficial (Hunston, 2010, pp. 152-154). Por lo tanto, el empleo de ordenadores resulta fundamental para procesar grandes cantidades de documentos con el fin de encontrar patrones. No obstante, el corpus por sí mismo no responde a nada, sino que la combinación entre corpus y herramientas de búsqueda y etiquetado es la que ayuda en la exploración de ciertos fenómenos que de otra manera no se podrían llevar a cabo (McEnery y Hardie, 2011).

Así, las herramientas de análisis con uso de ordenador buscan encontrar patrones dentro de un gran conjunto de documentos. Las herramientas en general realizan: listas de palabras, análisis de frecuencias, búsqueda de concordancias e identificación de palabras clave (*keywords*). Existe una variedad de programas de pago y gratuitos que realizan este trabajo entre los que destacan por su popularidad y fiabilidad:

1. Wordsmith: desarrollado por Scott (2012), es un programa de pago que permite realizar listas de palabras, búsqueda de concordancias, comparación entre diferentes corpus, etc.
2. Antconc: desarrollado por Anthony (2014), es un programa completamente gratuito que está constantemente siendo actualizado. Es una de las alternativas más importantes considerando las diferentes potencialidades que se pueden

obtener de su uso sin pagar licencias<sup>6</sup>. Permite realizar análisis de concordancias, de colocaciones, de listas de palabras y agrupaciones y N-Gramas.

3. UAM Corpus Tool: es una potente herramienta para el análisis de corpus lingüísticos. Junto con realizar las operaciones básicas de cualquier programa de este tipo (por ejemplo, crear listas de palabras), permite el etiquetado de textos, a partir de un esquema creado por el propio usuario, lo que le facilita establecer y determinar las categorías de análisis que resulten ser más adecuadas para sus propósitos. Asimismo, su uso implica una serie de ventajas. En primer lugar, los textos etiquetados son almacenados en formato XML, lo que garantiza su interoperabilidad de manera segura y sin errores de etiquetado. En segundo lugar, se pueden etiquetar todos los documentos de un corpus con el mismo esquema, lo que asegura una fiabilidad del etiquetado de los diferentes documentos. Por último, el programa realiza cálculos estadísticos a partir de las etiquetas que se han añadido a los documentos del corpus, lo que facilita la labor investigadora (O'Donnell, 2013). Por otro lado, el uso de este programa no es nuevo para la investigación lingüística, puesto que destacan una serie de trabajos dentro del ámbito de la LSF en general (Belmonte, 2012; Hedeboe, 2012; Fryer, 2013) y para el estudio del metadiscurso en particular (Cao y Hu, 2014).

A pesar de la utilidad de contar con este tipo de programas, que permiten realizar búsquedas sobre texto plano y con metadatos, aún son escasos los programas computacionales que faciliten la tarea del etiquetado de textos, puesto que, en ocasiones, los investigadores requieren analizar categorías específicas que deben ser etiquetadas de manera manual. Las alternativas de etiquetado dependerán de los objetivos que busquen los investigadores. Es decir, para ciertos casos ya hay propuestas de etiquetas que, en general, los estudiosos utilizan con el fin de asegurar la interoperabilidad en el uso posterior de los documentos. Dentro del ámbito de las humanidades, el estándar más extendido es el de la *Text Encoding Initiative* (TEI), que es un consorcio que desarrolla colectivamente y mantiene un estándar para la representación de textos en formato digital (TEI Consortium, 2007). Las etiquetas se llevan a cabo en XML. Dado que es un estándar, los investigadores pueden realizar la labor de crear los archivos en XML de forma manual, en cualquier editor de textos o

---

<sup>6</sup> Sin embargo, ha desarrollado programas de pago como Paraconc o Monoconc.

con la ayuda de programas informáticos que tengan dentro de su desarrollo la posibilidad de crear archivos XML en formato TEI. Con lo anterior, se asegura que, por un lado, el archivo esté bien estructurado (es decir, que tenga un formato XML) y, por otro, que el esquema sea válido (es decir, que cumpla, efectivamente, con los estándares de TEI).

Sin embargo, las enormes alternativas de estudio superan con creces las posibilidades de etiquetado definidas por TEI, por lo que resulta necesario emplear otros programas que ofrezcan otro tipo de etiquetados, como por ejemplo UAM Corpus Tool.

## 7.2. Materiales

En primer lugar, entenderemos como *medios de comunicación* de la misma manera en que los entiende Herring (2003, p. 2-3), es decir: “[it] refers to any communication technology that is used by human beings to create and transmit messages to other human”. Los medios de comunicación se pueden clasificar de acuerdo con tres grandes categorías: *medios de producción* (oral o escrito), *público destinatario* (de masas o interpersonal) y *propósito* (informativos, de entretenimiento, persuasivo, etc.) (Herring, 2003). En este sentido, los comentarios en general forman parte de periódicos digitales, que se podrían definir de acuerdo con la categorización planteada por Herring (2003): principalmente escritos (aunque la convergencia de medios nos haga replantearnos esta noción), de masas e informativos. Por lo tanto, tal como puntualiza Herring (2003, p. 4):

[...] an aspect of the production of texts that potentially influences how language is structured and used. A medium in this sense can be taken as an independent variable or contextual factor, where the dependent variable, or focus of investigation, is a linguistic feature or features, narrowly defined.

La elaboración del corpus cumple con los parámetros situacionales externos (Biber, 1993) que aseguran un diseño óptimo. Así, en la esta investigación, se ha optado por estudiar los comentarios de las noticias digitales en dos periódicos digitales que se corresponden con dos áreas diferentes de la lengua española: España y Chile. La prensa escrita, con la llegada de la Web a la vida cotidiana desde principios de 1990, comenzó a hacer uso de la tecnología para transmitir las noticias en plataformas nuevas. La puesta en escena de los periódicos tradicionales en el mundo digital se puede periodizar según el grado de inclusión o el grado de importancia que les entregan a sus potenciales lectores (Limia, Toural y López, 2013), es decir, hay una transición desde unas escasas posibilidades de interacción y participación por parte de los lectores (entre el periodo

que va desde el año 1994 al 1999) hasta unas posibilidades de participación casi infinitas gracias al uso de las redes sociales que se han integrado como una parte más de la noticia digital.

Como se ha planteado anteriormente en el capítulo 4, la participación de los usuarios se ha convertido en un aspecto esencial de la nueva práctica informativa digital. Los periódicos se han valido de una serie de avances tecnológicos para interactuar con ellos, especialmente, a partir de la inclusión de las redes sociales dentro de la fase de interpretación de las noticias, generalmente en forma de comentarios. Por esta razón, en esta tesis se ha optado por estudiarlos, en la medida en que pertenecen a un género nuevo dentro de los estudios lingüísticos que no han sido lo suficientemente examinados en la lingüística en español.

Para realizar los análisis de esta tesis, se han escogido dos diarios digitales de habla española, con el fin de identificar la variación diatópica en el metadiscursos en dos ámbitos temáticos diferentes: político (que también se puede denominar de carácter *nacional*) y deportivo. Se escogió, por un lado, la variedad del español de España de la lengua porque es considerada, en general, como la variedad más prestigiosa de la lengua española (Moreno Fernández, 2000; Rojas, 2012; Moreno Cabrera, 2014) y, por otro, la del español de Chile, ya que es considerada por sus propios hablantes como la más incorrecta, pese a que estos presentan una orientación afectiva positiva hacia la misma (Rojas 2012). Junto con lo anterior, presenta una serie de rasgos propios que no se presentan en otras variedades, como por ejemplo, la forma particular de *voseo* (Cartagena, 2000). El criterio para escoger los periódicos digitales en cada país (España y Chile) fue el de la cantidad de visitas que recibían diariamente. Se escogieron los dos periódicos digitales de carácter general (y no temático, como lo son los periódicos deportivos) más visitados en cada país. Este criterio se basó en los datos aportados por el sitio web *Alexa*<sup>7</sup>, cuya función es la de proveer una serie de estadísticas sobre el uso de Internet en diferentes países. En esta Web se dan a conocer los sitios web más visitados en cada país. En el momento de comenzar con la recolección y almacenamiento del corpus (octubre de 2012), el periódico más visitado en España era *El País* y en Chile, *Emol*. Además, se busca establecer si existe alguna relación entre el ámbito temático y la presencia de estrategias metadiscursivas. La noción de ámbito

---

<sup>7</sup> <http://www.alexa.com>

temático se entiende como uno de los aspectos esenciales del campo del discurso (Halliday, 1982) y se refiere al contexto general sobre lo que se habla (Eggins, 2004). Además, se complementa con el modelo de análisis de cualquier tipo de CMO propuesto por Herring (2007) en el que el tópico de la comunicación es uno de los factores situacionales fundamentales que influye en la comunicación en este tipo de contextos. Para ello, los comentarios fueron extraídos de las noticias pertenecientes a los ámbitos deportivo y político (o también denominado como nacional, dependiendo de cómo lo conceptualice cada periódico), puesto que son los temas que generan más comentarios en los periódicos digitales. Con el fin de establecer con seguridad que una determinada noticia fuera efectivamente de carácter político, ésta tenía que referirse, de manera concreta, a un hecho que implicara la presencia de un actor político en su desarrollo. La aparición de noticias que se refirieran solamente a, por ejemplo, hechos delictuales no fue considerada, a pesar de que se pudieran encontrar en la categoría nacional.

El periódico digital *El País* de España, fundado en 1976, es una publicación que pertenece al grupo económico PRISA, que, además, coordina una serie de otros medios de comunicación (e incluso editoriales) tanto en España como en Latinoamérica. Dentro del conglomerado, la sección de PRISA NOTICIAS es la encargada de las labores periodísticas del grupo. El grupo autodenomina al periódico como “el periódico global en español”, puesto que su versión digital es visitada por al menos 5 millones de personas fuera de España. Al mes, 14 millones de españoles leen sus noticias en su versión impresa.

En 1996 el grupo comenzó a ofrecer una versión electrónica, siendo el segundo diario español en llevarlo a cabo. Actualmente, todas las noticias permiten a los usuarios la posibilidad de comentar las noticias o los contenidos que se publican. *El País* ha desarrollado una aplicación exclusivamente para llevar a cabo esta tarea, llamada *Eskup*. Para el equipo del periódico:

Eskup es dialogar, compartir, aprender; es una conversación en muchas direcciones sobre los temas que nos interesan. Es una red porque nos relacionamos, pero donde lo que importa es el mensaje. Creado por el equipo de elpais.com, desde ahí lo utilizaremos periodísticamente. Pero Eskup da para mucho más: es el lugar en el que encontrarás a expertos hablando de sus temas, donde podrás preguntar o responder, callar o leer, informarte o informar. Eskup es un medio de comunicación vivo y abierto. (Ediciones El País, 2010).

La aplicación permite a los usuarios comentar en forma de texto, pero, al mismo tiempo, ofrece la oportunidad de expresarse a través de fotografías, vídeos y audios. Con el fin de poder comentar las noticias, los usuarios deben registrarse en el sistema y crearse un perfil, desde el cual podrán interactuar con el resto de la comunidad de *Eskup*. Actualmente, existe un límite de 280 caracteres como máximo cuando se desea comentar (aunque en la versión “conversación” la extensión es ilimitada), sin embargo, en el momento de la recolección del corpus para la presente investigación, es decir, octubre de 2012, no existía un límite de caracteres o palabras. Por último, todos los comentarios son publicados de manera automática sin pasar por un filtro antes de ello. Ahora bien, si algún usuario estima que cierto comentario contiene alguna palabra inapropiada (como insultos o que se trate de *spam*) puede denunciarlo al administrador del tema que procederá a evaluar el comentario para, posteriormente, borrarlo.

Por otro lado, el periódico digital *Emol* de Chile pertenece a la empresa de medios de comunicación *El Mercurio*, propiedad de Agustín Edwards. El grupo de comunicación *El Mercurio* es dueño de una serie de diarios en todo Chile y compite por el control del mercado con otro gran grupo de medios de comunicación: *Copesa*, dueño del diario *La Tercera* (el periódico impreso más leído en Chile). La versión impresa del diario *El Mercurio* está relacionada con *Emol*. *Emol* es el portal noticioso que engloba a todo el grupo de periódicos que pertenecen al conglomerado. Es el sexto portal de Internet más visitado de Chile y el primero dentro de los periódicos digitales del país. Surgió el año 1999 como respuesta a los portales de noticias que dominaban el naciente mercado del periodismo digital de la época: *Terra* y *La Tercera*.

El periódico permite que los usuarios comenten los contenidos publicados. Sin embargo, a diferencia de lo que ocurre en *El País*, el periódico chileno opta por emplear uno de los mecanismos más utilizados por los diarios digitales: la inclusión de redes sociales masivas para producir los comentarios. Cada noticia puede ser comentada a través de la red social *Facebook* a partir del perfil personal de cada usuario. Ello facilita las interacciones con el resto de usuarios y, si el autor del comentario da el consentimiento, se puede publicar en el propio muro. El uso de *Facebook* como plataforma presenta aspectos positivos y negativos. Entre los primeros, podemos destacar la facilidad para interactuar con el resto de usuarios, dado que nadie ha de entrar en otro sistema para crearse un nuevo perfil. La mayoría de las personas con una

cuenta en *Facebook* conoce sus mecanismos, en otras palabras, está *alfabetizada* en su uso y no es necesario que se alfabetice en otra red social o plataforma. No obstante, dentro de los aspectos negativos, se puede señalar que el mismo uso de *Facebook* limitaría las posibilidades de que se cree, de alguna manera, una comunidad digital discursiva (Hine, 2000). Además, los usuarios de Facebook construyen su imagen a partir de lo que muestran por sobre lo que dicen, lo que tiene implicaciones en la forma tanto en la que se presentan en los entornos virtuales (Zhao, Grasmuck y Martin, 2008) como en las opciones lingüísticas que escogen para interactuar con el resto de la audiencia.

En la misma línea, por parte del periódico no hay claridad sobre la función que cumplirían los comentarios dentro de su proceso noticioso, lo que podría implicar que los comentarios podrían estar más relacionados con la simple necesidad de expresarse por parte de los usuarios, sin que se sepa cuál será la finalidad de los mismos. Para finalizar, cabe destacar que dado que *Emol* utiliza esta aplicación, no hay un administrador o un sistema que actúe desde el propio conglomerado periodístico y que filtre los comentarios que puedan ser considerados como no apropiados. La única alternativa es la de denunciar el comentario a través de *Facebook* y es la misma aplicación la que se encarga de eliminar el comentario.

El corpus de comentarios de esta tesis fue recopilado entre los meses de octubre de 2012 y febrero de 2013 de los diarios digitales *El País* de España y *Emol* de Chile. La recopilación del corpus fue manual, es decir, no se emplearon aplicaciones informáticas para extraer los textos desde la Web de manera automática. Cada comentario fue guardado en un archivo digital en formato de texto plano, de manera que pudiera ser manipulado sin problemas en el análisis posterior. Dado el anonimato que facilitan las diversas plataformas, en ocasiones puede resultar difícil determinar la procedencia geográfica de cada uno de los usuarios que ha realizado cada comentario. Con el fin de asegurarnos lo más posible la nacionalidad de quienes realizan los comentarios, se prefirió emplear noticias bastante representativas de la realidad de cada país, ya que esta especificidad provoca que la mayoría de los usuarios que comentan pertenezcan al país de origen de la noticia. Al mismo tiempo, también se optó por elegir los comentarios con criterios adicionales para asegurarnos de la autoría de cada comentario. En el caso de *Emol* al utilizar *Facebook* para realizar los comentarios, se aseguraba que las personas que comentaban fueran chilenas, dada la información disponible en su perfil público.



Por otro lado, con El País se recopilaron los comentarios de la versión "España", ya que hay diferentes versiones online: España, Cataluña, Brasil y América. Lamentablemente, dadas las características de la plataforma con la que trabajan, no fue posible asegurarse completamente sobre el origen de los usuarios. Dado esto, se filtró a partir de las características escriturales así como por su nombre y que mostraran, de forma evidente, que los usuarios no eran españoles. Por ejemplo, se descartaron los comentarios en los que había claramente *voseo* en su variedad bonaerense o incluso *chileno*; palabras propias de otras variedades, como *wey* para los mexicanos, o bien cuando los propios usuarios se identificaban como por ejemplo en: "yo soy ecuatoriano y aquí no se ve eso".

Posteriormente, cada comentario fue almacenado en un archivo diferente al que se le asignó un código único que permite identificar a qué noticia corresponde. Los datos almacenados fueron: noticia a la que pertenece, fecha de emisión y autor. Si bien se han mantenido los nombres de los usuarios en la base de datos, en los ejemplos que se han empleado en este trabajo no se hace mención a ellos, principalmente, por motivos éticos<sup>8</sup>. King (2015) al respecto mantiene que no por el simple hecho de que ciertas interacciones estén disponibles para el público las hace, inherentemente, *públicas*, puesto que esto dependerá de la manera en que cada hablante considera el contexto de la comunicación que está utilizando. Además, los comentarios no fueron alterados en ninguno de sus aspectos esenciales, por lo que las características propias de la CMC que se pudieran presentar se mantuvieron, respetando sus rasgos originales.

Se recogieron 600 comentarios por ámbito temático en cada periódico, lo que suma en total de 2.400 comentarios. Se escogieron los primeros 25 comentarios por noticia que cumplieran los siguientes requisitos: tener una extensión de, al menos, 50 palabras y que no estuvieran escritos por un mismo usuario (de manera que los rasgos particulares no estuvieran sobrerrepresentados). Estudios anteriores sobre la extensión de los comentarios de noticias en diarios en inglés, según Bruce (2011), es de 95 palabras en promedio. Lamentablemente, en español, no hemos encontrado referencias sobre la extensión en promedio que tienen los comentarios de noticias. Por otro lado, si bien reconocemos la importancia de las características multimodales en este tipo de discursos, solamente se trabajó con el texto de los usuarios, sin considerar vídeos o

---

<sup>8</sup> En los casos en los que sea necesario hacerlo (como en el análisis de los marcadores de compromiso), el nombre real será remplazado por uno ficticio.

imágenes (al igual que González Arias, 2014). Lo anterior responde a una serie de motivos. En primer lugar, en general, la mayoría de los comentarios se lleva a cabo sin integrar elementos multimodales. Además, las capacidades de almacenamiento de este tipo de datos hubiese incrementado el tamaño físico del corpus, lo que escapaba a las posibilidades técnicas de la presente investigación. En tercer lugar, el programa para el análisis del corpus escogido (UAM Corpus Tool) no permitía la integración de elementos multimedia.

En la Tabla 7, se detallan las características del corpus de comentarios de noticias extraídos del diario español *El País* y del chileno *Emol*. En cuanto a la cantidad de palabras analizadas, cada sub-corpus recopilado presenta extensiones similares a investigaciones realizadas en el ámbito metadiscursivo (cf. Hyland, 1998, 2005; Mur-Dueñas, 2011).

Tabla 7: Detalle del corpus de comentarios de los diarios *El País* y *Emol*.

	El País		Emol		Total
	Deportes	Política	Deportes	Política	
Número de comentarios	600	600	600	600	2.400
Noticias empleadas	30	25	26	26	107
Longitud de comentarios (rango de palabras)	67-210	73-211	53-529	58-563	53-523
Longitud de comentarios (promedio de palabras)	118,97	123,9	122,238	125,28	123
Número total de palabras	71.384	74.345	73.343	75.173	294.245

Por último, en la Tabla 8, a partir de lo precisado por Herring (2007), se especifican los factores del medio y situacionales que influyen en la producción y recepción de este tipo de discurso, dado que los comentarios de las noticias digitales se consideran un tipo de texto propio del DMO. En este sentido, la elaboración de esta tabla se desarrolló a partir del análisis de la información pública disponible en la sección de comentarios de cada uno de los periódicos (*Eskup* y *Facebook*); así, por ejemplo, ambos periódicos declaran que la edad para poder participar en la sección de comentarios es a mayoría de edad, es decir, 18 años, por lo que en la categoría *características de los hablantes* se asume dicha condición.

Análisis comparativo de las estrategias metadiscursivas en los comentarios de noticias  
en la prensa digital española y chilena

Tabla 8: Factores del medio y situacionales de los comentarios

	Aspecto	Emol	El País
<b>Factores del medio</b>	Sincronicidad	Asíncrono	Asíncrono
	Transmisión del mensaje	Mensaje por mensaje	Mensaje por mensaje
	Persistencia de la transcripción	Tiempo que se mantienen los mensajes almacenados no indicado	Tiempo que se mantienen los mensajes almacenados no indicado
	Tamaño del mensaje	Ilimitado	Ilimitado en el modo conversación
	Canales de comunicación	Texto, imágenes, vídeo	Texto, imágenes, vídeo
	Mensajes anónimos	No – el sistema requiere un nombre/apodo	No – el sistema requiere un nombre/apodo
	Mensajes privados	Sí – a través de Facebook	Sí – a través de Eskup
	Filtración	Sí – Posibilidad de control por parte de usuarios, pero a través de las posibilidades que entrega Facebook	Sí – Control previo a la publicación Posibilidad de control por parte de usuarios ( <i>spam</i> , insulto)
	Citación	No – los mensajes aparecen en una secuencia	Sí, los mensajes pueden aparecer en secuencia
<b>Factores situacionales</b>	Estructura de la participación	Uno a muchos	Uno a muchos
		Uno a uno	Uno a uno
		Muchos a muchos	Muchos a muchos
		Muchos a uno	Muchos a uno
	Características de los participantes	Pública	Pública
		Bajo grado de anonimato	Alto grado de anonimato
		Número de participantes no calculable <i>a priori</i>	Número de participantes no calculable <i>a priori</i>
		Hombre / Mujer	Hombre / Mujer
	Propósito	Mayor de 18 años	Mayor de 18 años
		Hablantes de español	Hablantes de español
		Uso habitual de Internet	Uso habitual de Internet
		Actitudes e ideologías distintas	Actitudes e ideologías distintas
	Tópico	La mayor parte de usuarios demuestra conocimiento de las reglas de interacción	La mayor parte de usuarios demuestra conocimiento de las reglas de interacción
		Interacción social para expresar opiniones y argumentaciones; eventualmente para informarse y divertirse	Interacción social para expresar opiniones y argumentaciones; eventualmente para informarse y divertirse
	Tono	Multitema	Multitema
Actividad	Formal e informal Cooperativo o conflictivo	Formal e informal Cooperativo o conflictivo	
Normas (conoce y acepta)	Debate	Debate	
Código	Prácticas establecidas aceptadas por el grupo para la interacción social / para el uso del lenguaje	Prácticas establecidas aceptadas por el grupo para la interacción social / para el uso del lenguaje	
	Español (de Chile)	Español (de España)	

### 7.3. Método de análisis

Después de estudiar las herramientas informáticas disponibles para llevar a cabo el análisis, se determinó que el programa UAM Corpus Tool (O'Donnell, 2013) era la opción más apropiada, ya que es una de las mejores alternativas para llevar a cabo un trabajo de etiquetado de estas características. Cada comentario ha sido leído exhaustivamente (hasta cinco veces) para su análisis por el autor de esta tesis. En primer lugar, como se ha mencionado anteriormente, cada comentario fue almacenado en un archivo diferente con el fin de que no se confundieran los comentarios en un mismo documento. Posteriormente, se cargaron los comentarios de cada periódico y ámbito por separado (es decir, El País deportes, El País, política, Emol deportes y Emol política) al programa UAM Corpus Tool, para así generar cuatro archivos diferentes que permitieran comparar los resultados cuantitativos obtenidos. En tercer lugar, se examinó de forma minuciosa cada comentario, etiquetando manualmente todos los segmentos textuales que cumplieran una función metadiscursiva (que se detallan en el siguiente apartado), como se puede apreciar en la Figura 6.

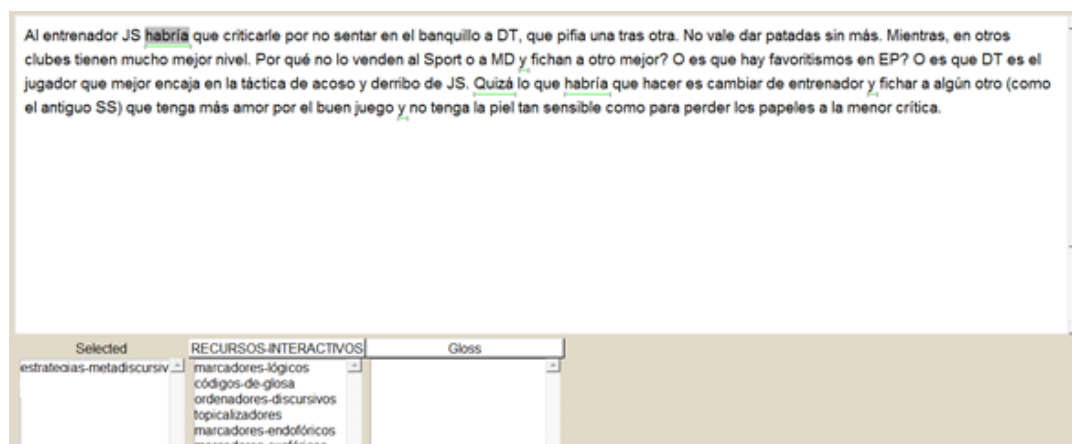


Figura 6: Ejemplo de etiquetado con UAM Corpus Tool

Luego, se procedió a calcular la frecuencia de las estrategias metadiscursivas por periódico y ámbito, como se observa en la Figura 7.

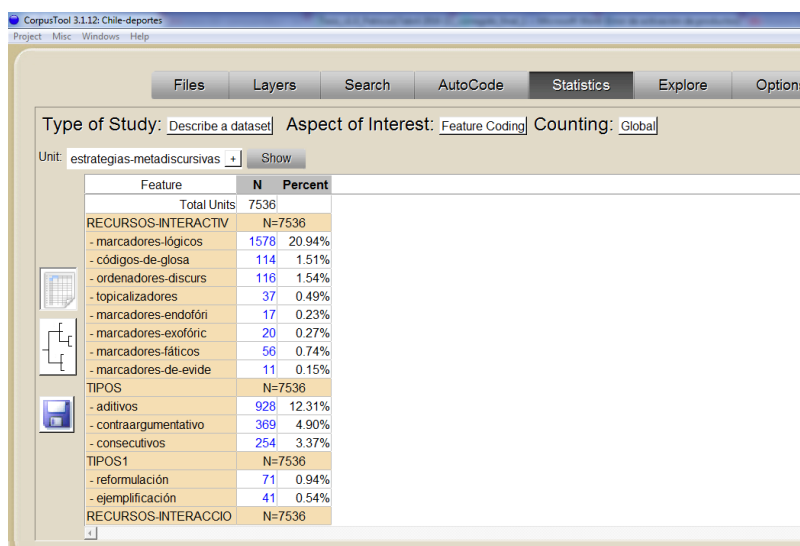


Figura 7: Ejemplo de frecuencia de las estrategias metadiscursivas

Sin embargo, para poder comparar los resultados de los recursos metadiscursivos en los diferentes sub-corpus fue necesario normalizar las frecuencias por 10.000 palabras, es decir, el total de realizaciones se ha amplificado por diez mil y el resultado se ha dividido por el número total de palabras de cada sub-corpus.

En quinto lugar, se identificaron y extrajeron todos los casos en contexto de cada categoría etiquetada (ver Figura 8) y se copiaron en una planilla de cálculo para su posterior análisis.

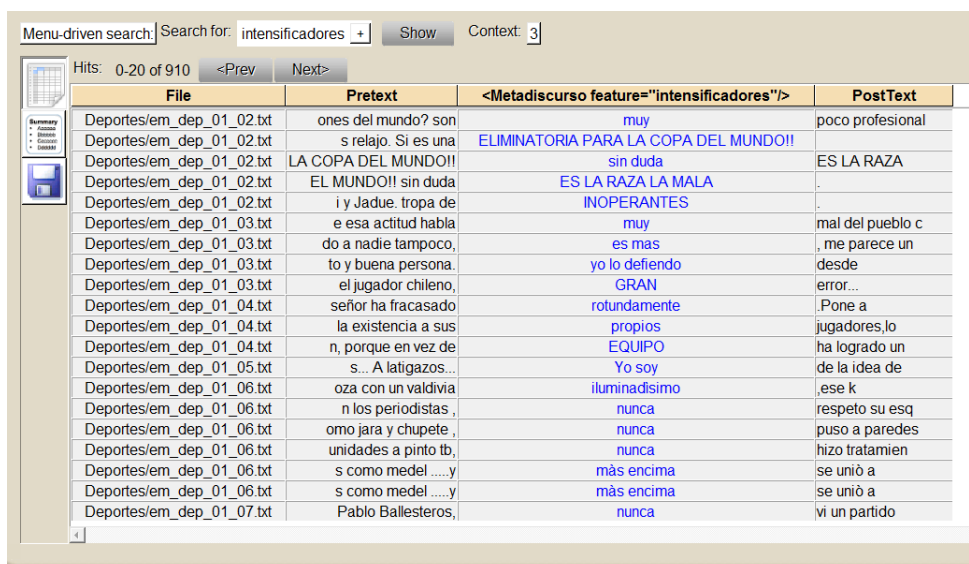


Figura 8: Ejemplo de extracción de casos desde UAM Corpus Tool

Por último, ya en la planilla de cálculo, cada caso fue analizado detalladamente, lo que permitió clasificarlos en diferentes grupos, con el objetivo de sistematizar los resultados y sus posteriores interpretaciones.

### **7.3.1 Modelo de análisis de las estrategias metadiscursivas**

En este apartado, se explicitará el modelo de análisis que se ha empleado en la investigación. Nuestro trabajo descansa en una ampliación de los modelos propuestos por Hyland y Tse (2004) y Hyland (2005) para el estudio de estas estrategias en el discurso académico. Se opta por esta opción por ser la que presenta una mayor tradición dentro de la investigación en metadiscurso, incluso dentro de la misma CMO (cf. Alejo González, 2005; González Arias, 2014).

Se agrega una estrategia en el caso de los recursos interpersonales: mención a terceros, en la medida en que existirían diferentes maneras de interactuar con otro en un contexto que se encuentra altamente influenciado por la oralidad (cf. por ejemplo, Pano Alamán, 2008 y Yus, 2010). Esencialmente, el análisis se realizó siguiendo un método basado en el análisis de *corpus driven approach*. Además, dentro de los recursos textuales se integran las categorías de marcadores fáticos, en tanto las características del género discursivo implican una presencia de marcas orales que se reflejan en elementos textuales cuya única función es la de mantener el canal de comunicación y de marcadores exofóricos. El esquema del modelo empleado se puede visualizar en la Figura 9 en la página siguiente. Por último, cabe señalar que hemos observado que en el análisis un elemento puede corresponder a dos categorías metadiscursivas diferentes, tal como señala (Camiciottoli, 2003, p. 31): “there is some overlapping of categories (e.g., frame markers can also include person markers, hedges and boosters)”. Estos casos los hemos contado doblemente, es decir, un caso en cada categoría o tipo.

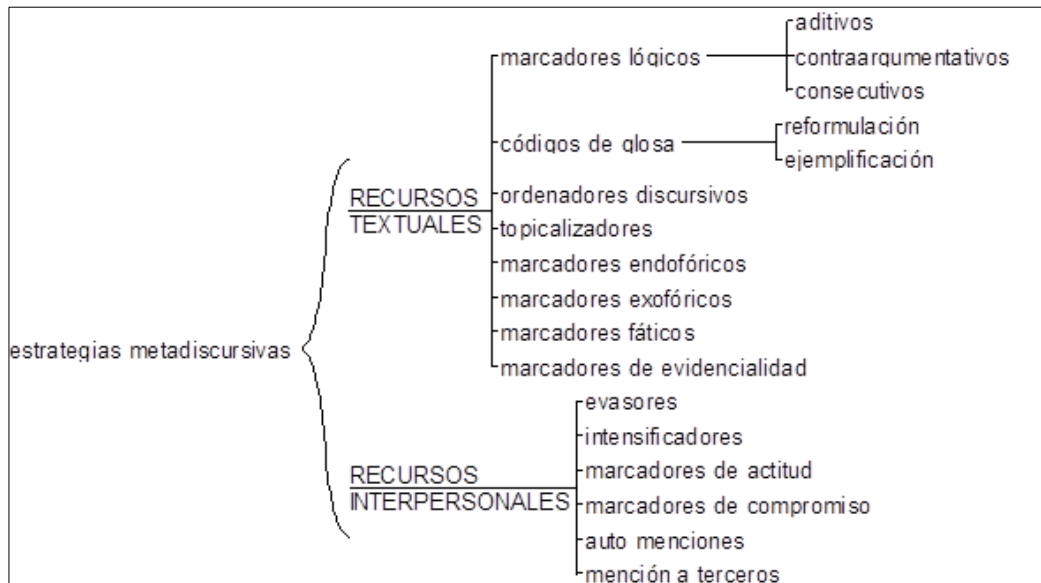


Figura 9: Modelo de análisis de las estrategias metadiscursivas

### 7.3.2 Recursos textuales

Los recursos textuales se relacionan con la conciencia que posee el escritor sobre la participación de la audiencia y las maneras que busca para acomodar el conocimiento probable, intereses y expectativas retóricas (Hyland, 2005, p. 49). A continuación, revisaremos brevemente cada uno de ellos.

#### 7.3.2.1 Conectores

En general, tal como lo afirma Carrió-Pastor (2013), el estudio de los conectores dentro de los estudios metadiscursivos se ha valido de categorizaciones amplias, a diferencia de lo que ocurre con las clasificaciones tradicionales como la de Quirk et al. (1985, cit. en Carrió-Pastor, 2013). Los conectores estudiados en este trabajo investigación se han dividido según la clasificación propuesta por Hyland y Tse (2004). Mur-Dueñas (2011) en su estudio ha adecuado lo indicado por Hyland (2005) con el fin de poder contrastar las estrategias utilizadas por hablantes de inglés y español. Además, se relacionan con lo especificado en el español por Martín Zorraquino y Portolés (1999) y Portolés (2001). En concreto, se analizarán los conectores aditivos (*y, además*), contraargumentativos (*pero, sin embargo*) y consecutivos (*por tanto, en consecuencia*).

### 7.3.2.2 Códigos de glosa

Hyland (2005) entiende los códigos de glosa como aquellos elementos que aportan información adicional a un segmento informativo. En español, y a partir de la gran cantidad de estudios sobre los marcadores discursivos que existe (cf. Martín Zorraquino y Portolés, 1999), esta categoría se relaciona con algunos de los tipos de reformuladores que se han propuesto. En nuestro estudio, siguiendo a Hyland (2007) y Mur-Dueñas (2011), distinguiremos entre dos tipos de códigos de glosa: los marcadores de reformulación y los marcadores de ejemplificación. Los primeros serán entendidos como parte de un proceso consciente del escritor, quien sabe que un segmento del contenido puede no estar del todo claro, por lo que se requiere una explicación mayor sobre el mismo: se reafirma, asimismo, como una fuerte estrategia metacomunicativa (Calsamiglia y Tusón, 2002). Los marcadores de ejemplificación, a su vez, comprenden una doble adherencia, es decir, hacia lo que el hablante acaba de decir y hacia lo que dirá después, a modo de ilustración (Fernández, 1994).

### 7.3.2.3 Ordenadores discursivos

Desde la perspectiva de los estudios metadiscursivos, Hyland (2005) explica que los ordenadores discursivos especifican los elementos esquemáticos de la estructura del texto. En la misma línea, en nuestra investigación, seguimos lo que plantean Martín Zorraquino y Portolés (1999), quienes establecen que los ordenadores discursivos pertenecen a la categoría de *estructuradores de la información*, cuyas dos funciones fundamentales serían, de una parte, indicar el lugar que ocupa un elemento del discurso en el conjunto de una secuencia discursiva ordenada por partes; y, de otra, presentar el conjunto de esta secuencia como un único comentario y cada parte como un subcomentario. Desde un punto de vista metodológico, hemos optado por seguir, a grandes rasgos, la alternativa descrita por Mur-Dueñas (2011), quien investiga los *sequencers*, esto es, aquellos elementos que se corresponden con la estructura organizacional del discurso. Terminológicamente, hemos decidido seguir el concepto que se ha desarrollado en la lingüística hispánica en este tema, por lo que se ha preferido el término *ordenadores discursivos*, los cuales cumplen dos funciones: indicar el lugar que ocupa un miembro del discurso en el conjunto de una secuencia y presentar dicha secuencia como una unidad única (Portolés, 2001, p. 138).



#### 7.3.2.4 Marcadores de evidencialidad

Los marcadores de evidencialidad, tal como lo entiende Hyland (2005), guían la interpretación del lector en la medida en que aportan pistas acerca de la autoría de ciertos segmentos textuales. En algunos campos, como la escritura académica, suele ser representado a través de mecanismos de citación, cuya representación depende de las características disciplinarias de la propia comunidad académica a la que pertenezca. Específicamente, y ya no dependiente de cada dominio, los marcadores de evidencialidad permiten distinguir quién es el responsable de una determinada posición que está siendo utilizada por el escritor para conseguir sus objetivos retóricos (Hyland, 2005, pp. 51-52). Si bien esta categoría puede ser entendida bajo un alero mucho mayor como lo es la *intertextualidad* –conforme a cómo lo entiende Bajtín (1986), es decir, todos los discursos se relacionan con otros discursos, en la medida en que su construcción está mediada por una serie de textos, que forman parte del conocimiento de los hablantes– en nuestra investigación nos remitiremos a la presencia de marcas textuales y explícitas de evidencialidad que faciliten su identificación, como por ejemplo, palabras como *según*.

#### 7.3.2.5 Topicalizadores

La conceptualización sobre los topicalizadores exige comprender dos funciones informativas básicas dentro de cualquier estudio discursivo: tema y rema. El tema es aquella parte de información que ya es conocida y el rema es aquello que se dice del tema (Calsamiglia y Tusón, 2002). Para nosotros, la función de los conectores de topicalización se relacionaría con asegurar la progresión del discurso a partir de un determinado tópico; ellos presentan una visión prospectiva del acto enunciativo que introducen y acompañan al elemento que se quiere topicalizar separándolo del resto del enunciado por una pausa. En español, existen diferentes maneras de topicalizar un segmento informativo desde un punto de vista pragmático. Desde la lingüística textual en español, se han determinado ciertas estructuras ya gramaticalizadas que cumplirían la función de topicalizar un segmento informativo, como por ejemplo, *en cuanto a*, *con respecto a*, *en relación con*, etc.

### 7.3.2.6 Marcadores endofóricos

Los mecanismos referenciales son una de las estrategias que aseguran la cohesión textual de un discurso, por lo tanto, son una de las herramientas que permiten dotar a un texto de cierta coherencia. Estos mecanismos referenciales pueden ser: léxicos o gramaticales. Se refieren, por tanto, a las marcas que hagan referencia a partes anteriores o posteriores del texto, es decir, sean anafóricos o catafóricos (Mur-Dueñas, 2011). En nuestro caso, en esta categoría, los marcadores endofóricos tendrán que establecer una relación de un elemento con otro elemento del mismo comentario, en otras palabras, harían referencia a una parte del mismo contexto lingüístico en el que se están realizando.

### 7.3.2.7 Marcadores exofóricos

En general, en los estudios metadiscursivos no se suelen investigar las relaciones exofóricas, puesto que el tipo de discursos que se estudian tienen características genéricas específicas que hacen que el contexto discursivo sea autónomo y no requiera de un contexto externo para mayores interpretaciones (como sucede en el caso de los estudios que utilizan como base de sus investigaciones el género discursivo artículo de investigación).

No obstante, dada la naturaleza y rasgos inherentes al tipo de discurso que constituye el corpus de nuestra investigación, resulta necesario integrar la categoría de marcadores exofóricos. Se entiende la referencia exofórica como “el mecanismo por el que una expresión lingüística alude a una entidad o acontecimiento de la realidad extralingüística. El referente o antecedente se encuentra, pues, *fuera del texto*” (Gambarte, 2016, p. 20). De esta manera, al integrar esta categoría, es posible recoger aquellos casos que se refieran a elementos que no son parte del mismo comentario, sino que hagan referencia, por ejemplo, a otros comentarios o a la propia noticia que están comentando. Se plantea, en este sentido, que ya no hay una referencia a algún segmento dentro del mismo texto (del mismo comentario) sino que se conecta con algún elemento del contexto discursivo externo al mismo texto (es decir, diferente al cotexto).

### 7.3.2.8 Marcadores fáticos

Tal como se ha señalado anteriormente, en los comentarios de noticias se integrarían elementos tanto del discurso escrito como del discurso oral (Gouti, 2006; Pano, 2008). Desde la tradición del análisis conversacional (cf. Calsamiglia y Tusón, 2002), se ha señalado que, junto con cumplir una función informativa orientada hacia el mensaje, la conversación presenta un fuerte componente interactivo, en tanto está dirigida hacia un interlocutor. Los marcadores discursivos conversacionales, como especifican Martín Zorraquino y Portolés (1999, p. 4143), cumplen diferentes funciones, como el cambio frecuente del tema o la indicación que se desea mantener el turno de habla. Para los autores, este tipo de marcadores es de tipo *metadiscursivo*<sup>9</sup>, que sirven para estructurar la conversación y que pueden convertirse en meros soportes o indicadores fáticos. Además, los mismos autores precisan que vienen a representar trazos del esfuerzo que realizan los hablantes para formular e ir organizando su discurso (p. 4191). Sin embargo, coinciden en que, en general, su función primordial es la de mantener el canal de comunicación y plantear alternativas en el momento de proseguir con la comunicación. Los marcadores fáticos que han sido comprendidos en este trabajo son aquellos que se relacionan, de alguna manera, con la función fática o de contacto comunicativo como ha sido delimitada por Jakobson (1975), aunque puedan desempeñar funciones más allá de mantener abierto el canal de comunicación (cf. Fuentes Rodríguez, 1993; Briz, 2001)

### 7.3.3 Recursos interpersonales

Los recursos interpersonales se refieren tanto a las maneras en las que el escritor expresa sus puntos de vista como a las formas en que dichos puntos de vista se relacionan con posiciones de la comunidad determinadas socialmente (Hyland, 2005, p. 52). En nuestra investigación, identificamos seis recursos que describimos a continuación.

---

<sup>9</sup> El concepto *metadiscursivo* para Martín Zorraquino y Portolés (1999) no guarda relación con el empleo que se da al término en nuestra investigación.

### **7.3.3.1 Atenuadores**

En concreto, los atenuadores se refieren a algunas estructuras que indican la decisión del escritor por reconocer otros puntos de vista sin comprometerse completamente con lo señalado. Dado el tipo de documentos con el que trabajamos en esta tesis doctoral, consideramos que los atenuadores cumplen una función fundamental, ya que son entendidos como un mecanismo discursivo que alienta la discusión, la participación y la interacción a partir de un no compromiso explícito sobre lo que se ha dicho.

### **7.3.3.2 Intensificadores**

A diferencia de lo que ocurre con los atenuadores, los intensificadores se relacionan con estructuras que, si bien reconocen otras perspectivas, permiten al autor, al mismo tiempo, reducir la cantidad de visiones y centrarla solo en una, esto es, aquella con la que está de acuerdo (Hyland y Tsé, 2004; Hyland, 2005). Por el tipo de corpus con el que operamos, los rasgos de intensificación propuestos principalmente para la comunicación científica en sus diversos géneros discursivos no serán los mismos y adoptarán otras características, relacionadas más con la oralidad, en la medida en que la CMO presenta un fuerte componente oral y coloquial en su naturaleza (Pano, 2008). Asimismo, para Montecino (2004) en la conversación coloquial, los intensificadores constituirían una estrategia para que el autor, en este caso un *yo*, refuerce la verdad de lo expresado. Por lo tanto, debido a la naturaleza de los textos (híbridos genéricos con un alto componente oral, pero textos escritos al fin y al cabo), las experiencias que provienen del ámbito de la escritura académica como de la conversación coloquial resultarán fundamentales para entender y clasificar los fenómenos en nuestro corpus.

### **7.3.3.3 Marcadores de actitud**

Los marcadores de actitud se refieren a las actitudes que puede adoptar el escritor frente a determinadas proposiciones (Hyland, 2005). En nuestro estudio, seguimos lo planteado por Mur-Dueñas (2010), quien afirma que el foco no está puesto en la modalidad o la evidencialidad, sino que en el afecto y, más específicamente, en el léxico actitudinal que expresa en una escala de bueno o malo (en cuanto a valores), significancia o importancia de un determinado enunciado o idea.

#### 7.3.3.4 Marcadores de compromiso

Siguiendo a Hyland y Tse (2004) los marcadores de compromiso son dispositivos que involucran explícitamente a los lectores, ya sea para captar su atención o incluirlos como participantes del discurso. En el modelo de análisis propuesto realiza una distinción entre los elementos de actitud y los marcadores de compromiso considerando a ambos como elementos cruciales para el comportamiento evaluativo en el que se posicionan los autores de los textos. Para conseguir los objetivos de nuestro estudio, esta categoría se relaciona con una alocución directa a la audiencia, siendo la forma más prototípica la alusión a una segunda persona (ya sea singular o plural).

#### 7.3.3.5 Automenciones

Para Hyland (2005) las automenciones indican el grado de presencia del autor dentro de un determinado documento. En general, para dar cuenta de este fenómeno, se acude a las marcas explícitas de primera personal en cualquiera de sus formas y funciones gramaticales (pronombres o adjetivos posesivos). El sistema lingüístico del inglés, lengua en la que se han realizado la mayor cantidad de estudios metadiscursivos, presenta características que reducen tipos de referencia al *yo* autorial dentro de un texto (puesto que se manifiestan, por ejemplo, solo a través del pronombre personal *I* o adjetivos posesivos, como *mine*), a diferencia de los que ocurre en lenguas en donde no es obligatorio integrar el pronombre personal junto al verbo. En español, las alternativas de aparición de un *yo* autor del texto se amplían, en la medida en que cada verbo puede llevar una marca autorial. De esta manera, su reconocimiento se logra por la presencia de los pronombres de primera persona singular, su desinencia verbal y los adjetivos y pronombres posesivos. Asimismo, se consideran, siguiendo a Hyland (2005), los casos de la primera persona plural exclusiva, es decir, aquellos usos de *nosotros* y sus respectivas formas verbales y adjetivales en los que se considere al hablante y otro individuo (o grupo de individuos) que no son los destinatarios. Los casos de primera persona plural *inclusiva* serán considerados marcadores de compromiso, esto es, la referencia al hablante y al oyente (tal como se revisará y especificará más adelante).

### **7.3.3.6 Mención a terceros**

Los modelos de análisis de estrategias metadiscursivas han integrado tanto la referencia a un *yo* autorial, que se hace cargo de las informaciones que se entregan, como a una audiencia determinada (ideal, imaginada o real), representada en los marcadores de compromiso. Aunque esta ha sido la tónica en la mayoría de los estudios, en nuestra investigación, dado el tipo de discurso con el que trabajamos, nos hemos visto forzados a ampliar este tipo de referencias. En ocasiones, los comentarios se refieren a participantes del discurso que no son parte de la audiencia ideal (general) o al resto de los usuarios que han hecho sus comentarios. Se realizan referencias directas, por ejemplo, a algún personaje público que ha sido nombrado en las noticias. Se establecería, por tanto, una vía inmediata de comunicación entre el autor del comentario y una potencial figura pública. Son este tipo de referencias las que serán rescatadas en esta categoría.

## **8. RESULTADOS**









A continuación, se presentan los resultados de la investigación. En primer lugar, se dará cuenta de los resultados generales acerca del empleo de las estrategias metadiscursivas en los comentarios de noticias. Posteriormente, se revisarán, detalladamente, cada una de las estrategias analizadas según país de procedencia y ámbito temático. De manera de facilitar la lectura y la presentación de los resultados, los apartados en los que se explicarán las categorías se dividirán en dos partes. Por un lado, se expondrá el análisis cuantitativo de la investigación, es decir, la especificación de la frecuencia de las estrategias según el país y el ámbito temático y, además, el detalle de los elementos escogidos por los usuarios para explicar cada estrategia. Por otro lado, desde un punto de vista cualitativo, se discutirán los casos más representativos, de tal manera que se oriente y explique de la interpretación de los resultados obtenidos.

### **8.1 Resultados de los elementos metadiscursivos en los comentarios de noticias digitales**

El uso de estrategias metadiscursivas en los comentarios de noticias digitales nos mostró interesantes resultados para cumplir con los objetivos propuestos. Así, por ejemplo, destaca el hecho de que, en total, los comentarios realizados en el diario El País cuentan con más empleo de metadiscurso que aquellos efectuados en Emol. Se contabilizaron 969,1 por cada 10.000 palabras en El País mientras que 926,2 por cada 10.000 palabras en Emol<sup>10</sup>. Al comparar estos resultados con otras investigaciones que se centran, por ejemplo, en estudiar estas estrategias en artículos de investigación (Mur-Dueñas, 2011), se aprecia que existe un mayor empleo en los comentarios de noticias, lo que se relacionaría con que un discurso escasamente planificado, como es un comentario a una noticia, presenta un número mayor de elementos metadiscursivos.

Junto a lo anterior, los resultados generales pueden observarse en la Tabla 9. Por un lado, existe un mayor uso de estrategias interpersonales en lugar de las textuales en los cuatro sub-corpus. Los recursos interpersonales demuestran la intención del autor por lograr una relación efectiva con su audiencia para así lograr los objetivos retóricos que se propone. Al mismo tiempo, con ello, se manifiesta una intención por establecer un contacto comunicativo concreto con la potencial audiencia en lugar de desarrollar una

---

<sup>10</sup> De aquí en adelante, y tal como se señaló anteriormente, todas las frecuencias se presentan normalizadas por 10.000 palabras. Incluso, las frecuencias que se han empleado para comparar los resultados de nuestro estudio con otras investigaciones han sido normalizadas por esta cifra para asegurar comparaciones e interpretaciones adecuadas.

organización textual que logre dichos propósitos. La organización de los propósitos comunicativos se establece desde la necesidad de involucrarse con la audiencia, es decir, a través de la interacción con los demás, entendiendo, además, que los usuarios que comentan las noticias son conscientes del fuerte carácter interpersonal e interactivo<sup>11</sup> que fomentan las redes sociales.

Tabla 9: Resultados generales sobre el uso de estrategias metadiscursivas

	El País				Emol			
	Deportes		Política		Deportes		Política	
	Casos	Por cada 10.000 palabras	Casos	Por cada 10.000 palabras	Casos	Por cada 10.000 palabras	Casos	Por cada 10.000 palabras
Textuales								
<b>Conectores</b>	1259	176,4	1206	162,2	1373	187,2	1059	140,9
<b>Códigos de glosa</b>	130	18,2	96	12,9	112	15,3	113	15,0
<b>Ordenadores discursivos</b>	62	8,7	83	11,2	115	15,7	101	13,4
<b>Topicalizadores</b>	18	2,5	27	3,6	33	4,5	20	2,7
<b>Marcadores endofóricos</b>	4	0,6	13	1,7	14	1,9	4	0,5
<b>Marcadores exofóricos</b>	83	11,6	23	3,1	19	2,6	21	2,8
<b>Marcadores fáticos</b>	210	29,4	192	25,8	54	7,4	58	7,7
<b>Marcadores de evidencialidad</b>	6	0,8	11	1,5	11	1,5	15	2,0
sub total	<b>1772</b>	<b>248,2</b>	<b>1651</b>	<b>222,1</b>	<b>1731</b>	<b>236,0</b>	<b>1391</b>	<b>185,0</b>
Interpersonales								
<b>Atenuadores</b>	339	47,5	290	39,0	293	39,9	205	27,3
<b>Intensificadores</b>	973	136,3	1053	141,6	911	124,2	910	121,1
<b>Marcadores de actitud</b>	1174	164,5	858	115,4	1296	176,7	1197	159,2
<b>Marcadores de compromiso</b>	1470	205,9	1853	249,2	1695	231,1	1794	238,6
<b>Automenciones</b>	1181	165,4	1132	152,3	1029	140,3	830	110,4
<b>Mención a terceros</b>	276	38,7	89	12,0	291	39,7	170	22,6
sub total	<b>5413</b>	<b>758,3</b>	<b>5275</b>	<b>709,5</b>	<b>5515</b>	<b>751,9</b>	<b>5106</b>	<b>679,2</b>
Total	<b>7185</b>	<b>1006,5</b>	<b>6926</b>	<b>931,6</b>	<b>7246</b>	<b>988,0</b>	<b>6497</b>	<b>864,3</b>

<sup>11</sup> En este caso, *interactivo* se entiende tal como se refiere en los estudios sobre redes sociales, es decir, como una de sus características definitorias en las que los usuarios se sienten parte de una cultura que fomenta la participación ciudadana.

Por otro lado, si consideramos el ámbito temático (deportes o política) en el que fueron realizados los comentarios, se puede observar que existe una diferencia, puesto que, efectivamente, tanto los recursos textuales como los interpersonales son más frecuentes en los sub-corpus de deportes que en los de política (para mayor detalle, véase la Figura 9). Estas diferencias podrían responder al carácter que presenta el lenguaje deportivo, es decir, emplea una serie de recursos para enfatizar su discurso, identificado por una intención para convencer al destinatario por medio de elementos relacionados con una argumentación más cercana a lo pasional que a lo racional (cf. Guerrero Salazar, 2002 y Montero-Fleta, Montesinos-López, Pérez-Sabater y Turney, 2009).

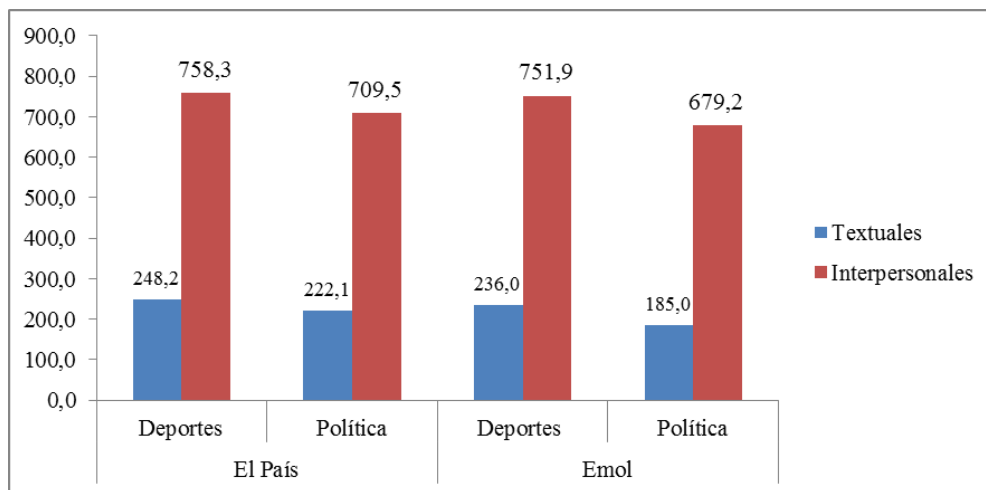


Figura 9: Gráfico de frecuencias del metadiscursivo textual e interpersonal por periódico y ámbito

Por último, en los próximos apartados, se revisará en detalle cada una de las categorías metadiscursivas estudiadas, considerando el análisis cuantitativo y cualitativo para aprehender de mejor manera el fenómeno.

## **8.2 Resultados de las sub-categorías del metadiscurso textual**

En este apartado se revisarán los resultados de las 8 sub-categorías que comprenden el metadiscurso textual, relacionado con la dimensión textual del modelo de análisis de Halliday (2014). Cada una de estas sub-categorías será revisada en detalle considerando dos perspectivas. Por un lado, se expondrá el análisis cuantitativo que permitirá comparar las frecuencias normalizadas entre todos los sub-corpus que comprendidos en este trabajo, con el objetivo establecer las diferencias en el uso de las estrategias metadiscursivas textuales que pudieren estar determinadas bien por la variedad de lengua que se utiliza en ambos periódicos (español de España y español de Chile) o bien por el ámbito temático en el que se insertan los comentarios (noticias de carácter deportivo o político). Por otro lado, después de la revisión del análisis cuantitativo, se estudiarán una serie de ejemplos significativos extraídos de los sub-corpus construidos para complementar el análisis anterior desde una perspectiva cualitativa, que describa los rasgos más importantes en los casos concretos de cada variedad y ámbito temático.

### 8.2.1 Conectores: análisis cuantitativo

Los conectores se entienden como mecanismos que facilitan la cohesión, en primer lugar, y, en segundo, como elementos que aseguran la realización y mantención de la coherencia discursiva. Para nuestros propósitos, hemos decidido emplear la terminología empleada en los estudios en español sobre marcadores discursivos, es decir, conectores y no marcadores lógicos o de transición, a pesar de que otras investigaciones metadiscursivas en español han optado por mantener la terminología propuesta por Hyland (2005) (cf. González Arias, 2014). Esta decisión descansa en que nos parece pertinente relacionar esta parte del trabajo con la importante tradición sobre conectores discursivos en español.

A partir de esta conceptualización, en la Figura 10 se advierten las frecuencias de los conectores globales para cada periódico. Se destaca que no hay diferencias importantes en los resultados al comparar los periódicos, ya que mientras para El País se han encontrado 166,9, en el caso de Emol 163,8.

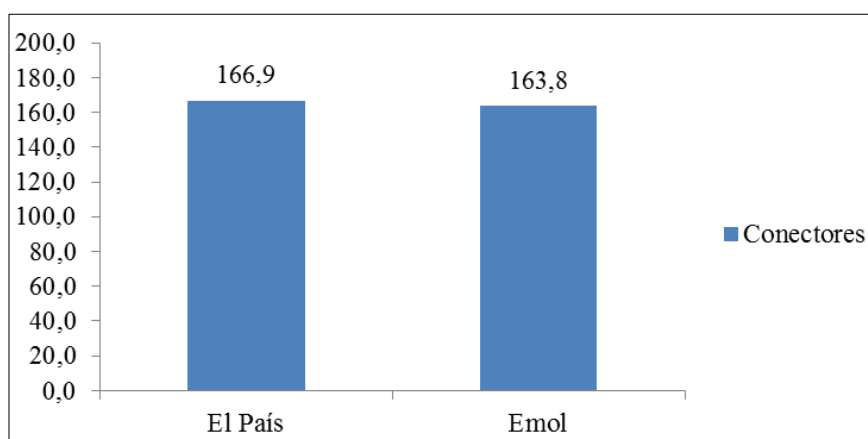


Figura 10: Gráfico de frecuencia de conectores por periódico

Si se comparan estos datos con los obtenidos en investigaciones sobre el comportamiento de los conectores en otros estudios metadiscursivos, es posible apreciar la alta frecuencia de esta sub-categoría en nuestro corpus. Por ejemplo, Hyland (2004) detectó 89,9 en disertaciones de alumnos de post-grado; Mur-Dueñas (2011) encontró 45,6 en un sub-corpus de artículos de investigación en español; y, por último, González Arias (2014) extrajo 63,2 en el estudio del metadiscurso en los comentarios de columnas de opinión en dos periódicos digitales. Sin embargo, en el trabajo de Li y

Wharton (2012), las autoras hallaron que los estudiantes chinos que se encontraban estudiando en el Reino Unido inglés como segunda lengua, empleaban más conectores (en concreto, 212,0) que aquellos estudiantes chinos que estudiaban en China con el inglés como la lengua vehicular de los estudios (en donde se identificaron 131 casos). Así, estos resultados podrían interpretarse como que el mecanismo principal para lograr la cohesión discursiva es el uso de conectores, en lugar de otros recursos (como la repetición léxica o la progresión temática).

Por otro lado, en la Figura 11 se observan las frecuencias de acuerdo con el periódico y al ámbito temático al que pertenece cada comentario. A partir de éste, es posible señalar que, efectivamente, habría una relación entre ámbito temático y uso de conectores, puesto que, tanto en el caso de El País como de Emol, en los comentarios de noticias de carácter deportivo la frecuencia es mayor que en los comentarios de noticias políticas: en el caso de El País hay 176,4 para los comentarios sobre deporte y 162,2 para los de política; y en Emol se han encontrado 187,2 en deportes y 140,9 en política.

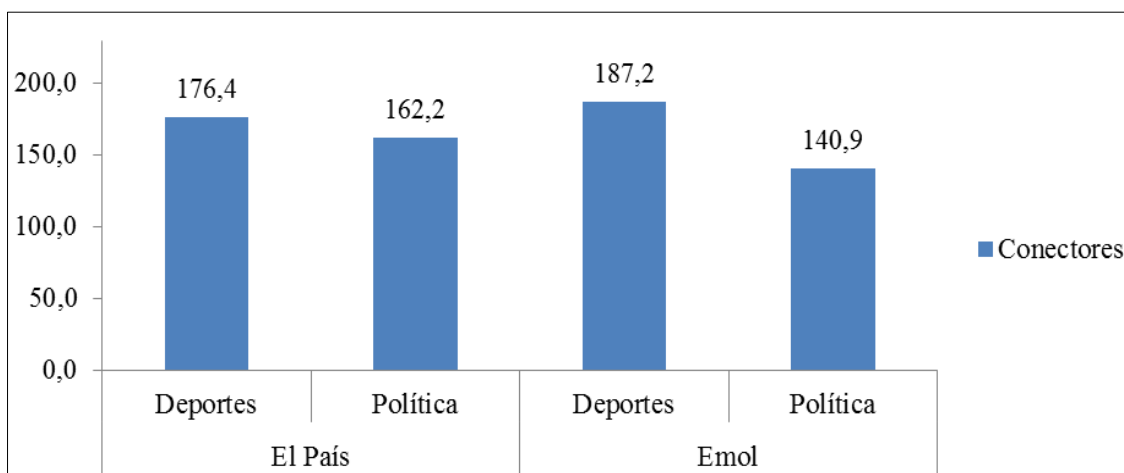


Figura 11: Gráfico de frecuencia de conectores por periódico y ámbito temático

Se ha operado de la misma manera que en la mayor parte de los estudios metadiscursivos, es decir, se han considerado tres categorías: aditivos, consecutivos y contraargumentativos, las cuales son las mismas que se consideran en los estudios en español sobre conectores (Portolés y Martín Zorraquino, 1999; Portolés, 2001). En la Figura 12, se muestra la frecuencia de los tipos de marcadores estudiados según cada periódico. De ahí, se desprende que los conectores más frecuentes son los aditivos en ambos periódicos.



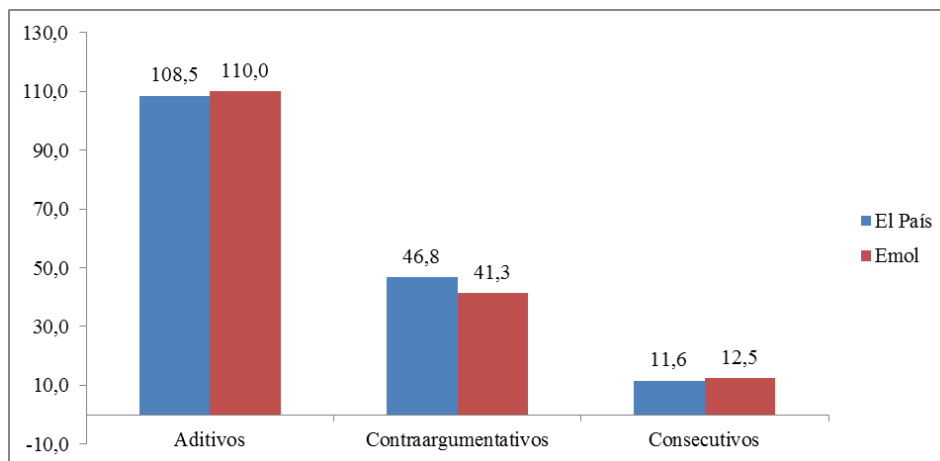


Figura 12: Gráfico de frecuencia de los tipos de conectores según periódico

Centrándonos en los conectores de adición, Portolés (2001) puntualiza que este tipo de conectores “unen a un miembro discursivo anterior otro con la misma orientación argumentativa [lo que permite] la inferencia de conclusiones que serían difíciles de lograr si los miembros permanecieran independientes” (p.39). En la Figura 13, se observa que, de hecho, habría una relación entre ámbito temático y la frecuencia de los conectores aditivos, ya que, por un lado, en los comentarios de noticias deportivas de El País se presentan 114,3 contra 105,9 de los comentarios de noticias políticas y, por otro, en Emol, se encontraron 126,5 en los comentarios de noticias deportivas y solo 93,8 en los políticos.

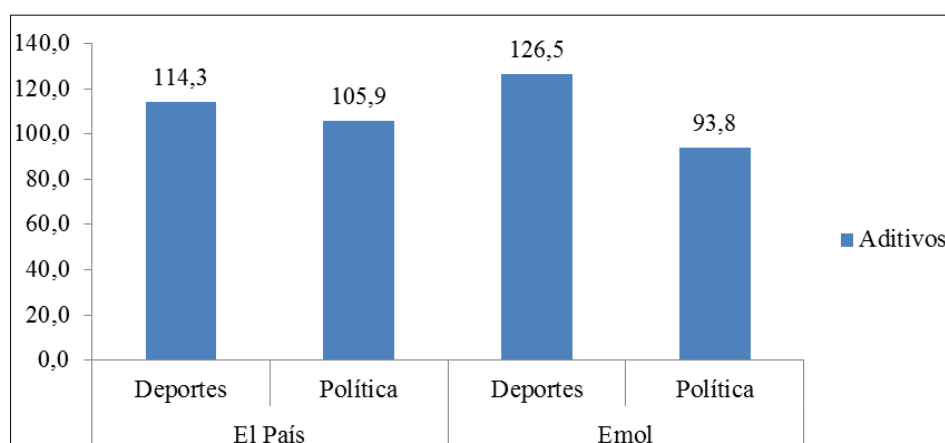


Figura 13: Gráfico de frecuencia de los conectores de adición por periódico y ámbito temático

Asimismo, en la Tabla 10 se pueden analizar los diferentes casos de este conector, en los que destaca el hecho de que las más frecuentes son, en los 4 sub-corpús, y y

*además* (escrito con y sin tilde<sup>12</sup>), a pesar de que la cantidad de casos que se identificaron no es baja. Al compararlo con otros estudios llevados a cabo en artículos de investigación (pertenecientes a la escritura académica), se puede comprobar que su uso, en nuestros sub-corpus es muy grande. Por ejemplo, en Mur-Dueñas (2009) se registraron solo 15,9.

---

<sup>12</sup> Se ha decidido mantener los errores ortográficos en las diferentes realizaciones recogidas con el fin de mostrar fehacientemente el tipo de discurso que se manifiesta en los comentarios de noticias digitales.

Tabla 10: Casos de conectores de adición

Marcador lógico aditivo	El País Deportes	El País Política	Emol Deportes	Emol Política
y	104,1	100,6	118,5	85,9
Además	2,8	1,6	3,3	3,1
Ademas	2,5	1,7	1,8	2,5
e	1,0	0,4	0,3	0,1
Encima	1,0	0,4	0,0	0,1
incluso	0,6	0,3	0,0	0,0
Luego	0,6	0,0	0,0	0,0
Por lo demás	0,4	0,3	0,1	0,7
de la misma manera	0,3	0,0	0,0	0,0
a la vez	0,1	0,0	0,0	0,0
igual	0,1	0,0	0,0	0,0
Igual que	0,1	0,0	0,0	0,0
igualmente	0,1	0,0	0,0	0,0
ni	0,1	0,0	0,1	0,0
por cierto	0,1	0,0	0,0	0,0
por lo demas	0,1	0,0	0,0	0,0
También	0,1	0,1	0,4	0,0
A todo esto	0,0	0,3	0,0	0,0
Al mismo tiempo	0,0	0,1	0,0	0,0
Después	0,0	0,0	0,1	0,0
mas encima	0,0	0,0	1,4	0,7
más encima	0,0	0,0	0,1	0,3
màs encima	0,0	0,0	0,3	0,0
&	0,0	0,0	0,0	0,3
Adicionalmente	0,0	0,0	0,0	0,1

En segundo lugar, los conectores contraargumentativos, siguiendo a Martín Zorraquino y Portolés (1999) y Portolés (2001) establecen un vínculo entre dos miembros del discurso, de tal modo que el segundo se presenta como supresor o atenuador de alguna conclusión. En la Figura 14, se puede observar que, igual que en los conectores de adición, la frecuencia de los conectores contraargumentativos estaría relacionada con el ámbito temático al que se refiere cada comentario. De esta manera, los comentarios de noticias deportivas presentan una mayor frecuencia de conectores contraargumentativos que los comentarios de noticias políticas. Nuevamente, si lo comparamos con otros estudios, es posible observar que el uso de este tipo de conectores es muy elevado en nuestra investigación, puesto que, por ejemplo, Mur-Dueñas (2009) encontró 13,7.

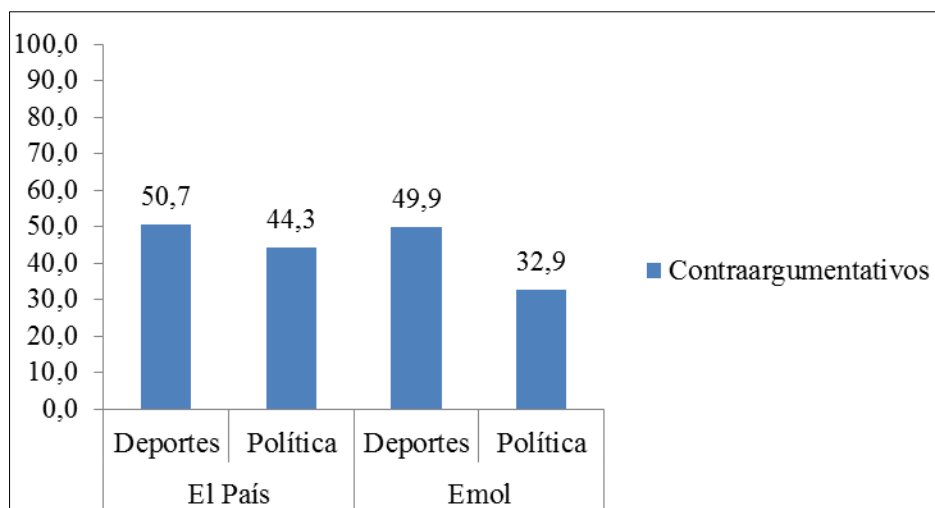


Figura 14: Gráfico de frecuencia de los conectores contraargumentativos

Junto con lo anterior, en la Tabla 11, se muestran los diferentes casos que se detectaron en los conectores discursivos. En este caso, el conector más frecuente fue *pero* en los 4 sub-corpus y, nuevamente, la mayor frecuencia recayó solo en una realización, aunque había una gran variedad. Una de las razones que se esgrimen acerca de la altísima frecuencia de *pero* en los estudios sobre conectores discursivos radica en los “diferentes valores, sentidos y matices contextuales que es capaz de incluir en su significado” (García Domínguez, 2007, p. 98), lo que no significa, en ningún caso, que deje de cumplir su función dentro de las estructuras contraargumentativas.

Análisis comparativo de las estrategias metadiscursivas en los comentarios de noticias  
en la prensa digital española y chilena

Tabla 11: Casos de conectores contraargumentativos

Conectores contraargumentativos	El País Deportes	El País Política	Emol Deportes	Emol Política
<b>pero</b>	46,6	40,1	46,7	30,4
<b>en cambio</b>	1,3	0,5	1,0	0,1
<b>sin embargo</b>	0,8	1,5	1,1	1,9
<b>Ahora bien</b>	0,4	0,4	0,1	0,3
<b>Al contrario</b>	0,3	0,0	0,0	0,0
<b>Eso sí</b>	0,3	0,3	0,0	0,0
<b>Ahora</b>	0,1	0,1	0,0	0,0
<b>aun así</b>	0,1	0,0	0,0	0,0
<b>aún así</b>	0,1	0,0	0,0	0,0
<b>claro que</b>	0,1	0,0	0,0	0,0
<b>NO OBSTANTE</b>	0,1	0,0	0,0	0,0
<b>por el contrario</b>	0,1	0,3	0,0	0,0
<b>sino</b>	0,1	0,0	0,0	0,0
<b>con todo</b>	0,0	0,1	0,0	0,0
<b>no obstante</b>	0,0	0,5	0,0	0,0
<b>peor</b>	0,0	0,1	0,0	0,0
<b>peró</b>	0,0	0,1	0,0	0,0
<b>ero</b>	0,0	0,0	0,1	0,0
<b>a pesar de</b>	0,0	0,0	0,3	0,0
<b>aunque</b>	0,0	0,0	0,4	0,0
<b>de todos modos</b>	0,0	0,0	0,1	0,0
<b>De cualquier modo</b>	0,0	0,0	0,0	0,1

Por último, en cuanto a los conectores consecutivos, éstos cumplen la función de presentar el elemento discursivo en el que se encuentran como una consecuencia de un elemento anterior (Portolés y Martín Zorraquino, 1999; Portolés, 2001). En la Figura 15, se observan las frecuencias de uso de los conectores consecutivos según periódico y ámbito temático. Se puede concluir que podría existir una relación entre la frecuencia de uso y el ámbito temático, ya que en ambos sub-corpus, los comentarios de noticias políticas presentan una frecuencia mayor que los comentarios de noticias de deportes, a diferencia de lo detectado en los conectores aditivos y contraargumentativos. En este tipo de conectores, se da un comportamiento diferente a los anteriores, puesto que presentan una frecuencia más baja que la reportada en estudios sobre artículos de investigación: Mur-Dueñas (2009) documentó 19,4 en su sub-corpus de español. Lo anterior se relaciona con el tipo de construcción discursiva que se desea construir, por

un lado, y con la extensión del documento. Además, los propósitos retóricos son completamente diferentes en ambos géneros discursivos.

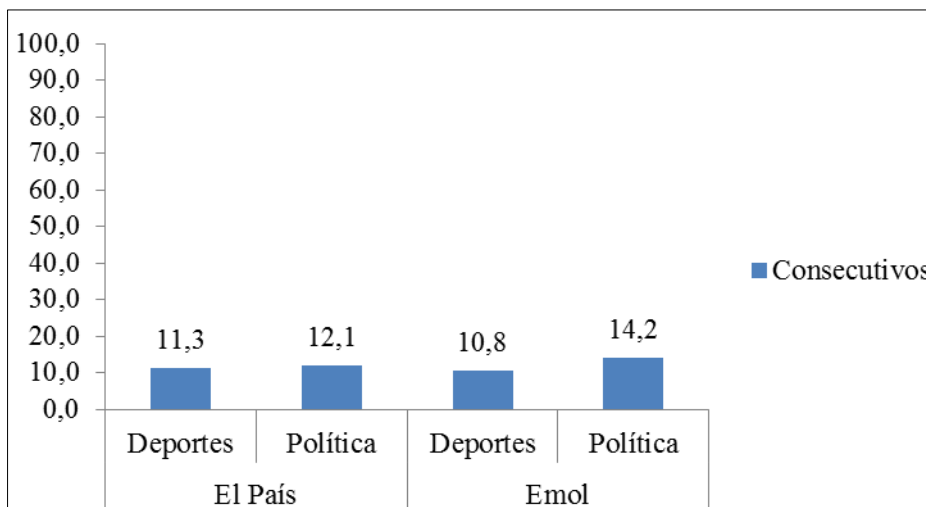


Figura 15: Gráfico de frecuencia de los conectores consecutivos

Para finalizar, en la Tabla 12, se exponen todos los casos de los conectores consecutivos. De ella, se advierte que los tres conectores más frecuentes en los 4 sub-corpuses son *pues*, *por eso*<sup>13</sup> y *por tanto*.

---

<sup>13</sup> A pesar de que numerosos estudios han optado por no considerar partículas como *por esto* o *por eso* por el elemento deíctico que los componen, en este trabajo sí se consideran, en tanto poseen un alto grado de fijación léxica y gramatical (Domínguez García, 2007).

Tabla 12: Casos de conectores consecutivos

<b>Conectores consecutivos</b>	<b>El País Deportes</b>	<b>El País Política</b>	<b>Emol Deportes</b>	<b>Emol Política</b>
<b>pues</b>	3,7	3,6	2,2	5,0
<b>por eso</b>	2,4	2,2	2,6	2,3
<b>por tanto</b>	2,1	0,9	0,4	1,1
<b>Así que</b>	1,8	0,8	0,1	0,0
<b>Por lo tanto</b>	1,0	0,7	1,2	1,9
<b>entonces</b>	0,6	1,2	2,5	2,1
<b>De este modo</b>	0,3	0,0	0,0	0,0
<b>por ello</b>	0,3	0,0	0,3	0,1
<b>Así</b>	0,1	0,4	0,0	0,1
<b>En ese sentido</b>	0,1	0,0	0,0	0,0
<b>por consiguiente</b>	0,1	0,1	0,0	0,0
<b>puesto que</b>	0,1	0,0	0,0	0,1
<b>Así pues</b>	0,0	0,3	0,0	0,0
<b>Por esto</b>	0,0	0,1	0,0	0,0
<b>Por lo cual</b>	0,0	0,1	0,0	0,0
<b>Por lo visto</b>	0,0	0,1	0,0	0,0
<b>De modo que</b>	0,0	0,1	0,0	0,0
<b>De tal manera</b>	0,0	0,1	0,0	0,0
<b>por lo que</b>	0,0	0,0	0,1	0,0
<b>por este motivo</b>	0,0	0,0	0,3	0,0
<b>por ende</b>	0,1	0,0	0,5	1,5
<b>asi es que</b>	0,0	0,0	0,3	0,0
<b>En consecuencia</b>	0,0	0,0	0,1	0,0
<b>en definitiva</b>	0,0	0,0	0,1	0,0
<b>por esta razón</b>	0,0	0,0	0,0	0,1

### 8.2.2 Conectores: análisis cualitativo

El empleo de conectores a lo largo de un texto facilita la progresión argumentativa que quiere entregar el escritor a sus lectores. Para Domínguez García (2007, pp. 19-21), son 4 las características esenciales que definen a un conector en tanto marcador discursivo: i) aparición en posición interenunciativa (inicial, parentética o final de enunciado); ii) invariabilidad léxica y gramatical; iii) independencia funcional de cualquier elemento del enunciado; iv) no admisión de la coordinación cuando son equifuncionales. Dados estos rasgos, a continuación se detallan ejemplos de cada uno de los conectores analizados, esto es, aditivos, contraargumentativos y consecutivos.

En primer lugar, como se ha mencionado anteriormente, el marcador lógico más frecuente es *y*, el cual ha sido considerado como el conector prototípico de la adición. En el corpus estudiado es tal su presencia que no es infrecuente que se presente en varias oportunidades durante el mismo comentario, como se aprecia en los ejemplos 1), 2) y 3)<sup>14</sup>.

- 1) lo que me molesta del pueblo chileno, es que son chaqueteros y mal educados, después de acosta el 90 % de los chilenos quería a borghi y todos lo amaban y respetaban, y ahora que esta mal lo tratan de cabeza de chanco y muchas descalificaciones mas, creo que esa actitud habla muy mal del pueblo chileno, critiquen fútbol (ya que es constructiva), pero no caigan tanto en desalificaciones [...] (emol\_dep\_01\_03).
- 2) Yo lo que no entiendo es una cosa, agradezco al que sea capaz de explicármela. Partiendo de una premisa, en la que no soy partidario de la independencia de Cataluña pero respeto y comparto que si hay gente que no se siente española o no está a gusto dentro del estado tengan todo el derecho del mundo a manifestarlo y pedir un referéndum. Lo que no entiendo es que pidan al mismo estado del que tanto quieren separarse 568 millones que de entrada han salido del fondo de liquidez autonómico. Y luego para jugar la liga española también (Y ponen de ejemplo al Mónaco en Francia como hizo Rosell), creo que la decisión correspondería a la RFEF ¿No?. Lo quiero decir es que cada uno tiene derecho a sentirse como quiera y a expresarlo como deba, eso nadie lo niega. Pero la sensación que a mí me queda es que además de independentismo, lo es de conveniencia, con los matices que ellos quieran y eso ya no me parece justo no coherente. (elpaís\_dep\_04\_40).
- 3) Es que las lenguas son el único punto de distinción al que se agarran los nacionalismos desesperadamente, para creerse mejores que todos los demás. Como he expresando en diversas otras ocasiones, el nivel de nacionalismo (todos, español incluido) es inversamente proporcional al nivel de inteligencia. Yo pertenezco a una comunidad con lengua propia, y soy bilingüe, pero por que me da la gana, y no por imposición de unos talibanes egocéntricos y con complejo de superioridad, que en el fondo saben que, por muy bien que hablen su lengua, a 200 kilómetros de su casa ya no les servirá para nada, y tendrán que bajarse del burro. Tonterías infantiloides en un mundo (por fortuna) cada vez más globalizado, y en el que a algunos les cuesta integrarse, no vayan a perder su identidad y confundirse con la mayoría. (elpaís\_pol\_01\_21).

La alta frecuencia encontrada en el análisis del conector *y* radica en su función primordial (independiente de la añadir información), esto es, señalar que lo que se

---

<sup>14</sup> De aquí en adelante, todos los ejemplos no presentan ninguna alteración y se mantienen, por tanto, de la misma manera en que fueron escritos por los usuarios. Solamente, por temas de extensión, se acortan cuando ya el ejemplo está lo suficientemente explícito y se comprende a partir de lo que ya se ha explicitado. Además, al final de cada ejemplo, se especifica desde dónde fue extraído.



agrega se relaciona con lo mismo que se acaba de argumentar y, como señala Domínguez García (2007, p. 32) “[es por esto] por lo que resulta imposible, en muchas ocasiones y en muchos contextos, prescindir de este conector, lo que hubiera sido posible si la adición viniera marcada únicamente por la yuxtaposición de argumentos”. Su amplio uso en nuestro corpus podría responder a que no hay un proceso de escritura como tal, lo que deriva en que no se presenta una planificación o revisión de la escritura –es, más bien, una planificación sobre la marcha, en el sentido en el que lo entiende Sanmartín (2009)– que no facilita la inclusión de otros elementos. Se constituye así como una relación de adición básica y esencial. Implica, asimismo, una relación argumentativa neutra, es decir, el argumento añadido por *y* no es más importante ni tiene más peso argumentativo que el anterior (Domínguez García, 2007), como sí ocurre con otros conectores como *además* (que puede estar acompañado de *y*), que agrega un sobreamplio a un argumento anterior y que, al parecer, no resulta suficiente. Los enunciados, por lo tanto, en los comentarios de noticias se comportan de manera análoga a lo que sucede en otros tipos de CMO, en los que el uso de conectores es tan frecuente que toma características propias de la sintaxis coloquial (Pano, 2009). Lo anterior se ejemplifica en 4) y 5).

- 4) Tu argumento no tiene réplica **y además** estoy al 100% de acuerdo con él. Pero tenemos que descender al mundo real. NO debemos olvidar que tras un corredor que se dopa, hay un director de carrera que estimula al corredor para que se dope **y además** le aprieta las tuercas al máximo, un equipo médico que está intentando mejorar la performance del deportista sin que los vampiros le cacen, unos sponsors que están exigiendo resultados bajo la amenaza de no inyectar más fondos al equipo y una competición-especialmente el Tour de Francia-que mueve una cantidad impresionante de dinero y que al fin y a la postre es la causa de todo este tinglado. Y sí, digo espectáculo porque si el ciclismo dejara de existir como deporte profesional, y solo fuera amateur, nos tendríamos que olvidar de futuros Merckx, Indurain, Perico...Creo que en realidad está en manos de la sociedad, y ya sabemos lo que la sociedad desea: Pan y Circo.(elpaís\_dep\_06\_04)
- 5) Si el Parlamento español votó en contra de un referéndum en Catalunya , no hay más que hablar. Pero si después de la Diada bajó la prima de riesgo y subió la Bolsa, de eso sí que habría que hablar, pero se oculta y se dice lo contrario. Algunos ministros disfrutaban creando confrontaciones innecesarias contra Catalunya, y los demás los aplauden por dentro al no hacer ningún intento de desautorización. Que Wert haya afirmado que hay que españolizar a los niños catalanes conlleva una conclusión aplastante: que Catalunya no es España y hay

que conquistarla lingüísticamente. **Además**, el muy ingenuo, se enorgullece de lo que dijo **y además** pagará a las escuelas privadas que enseñen en castellano. Pago que no irá a las escuelas públicas, lo que le importa un carajo Ese ministro tiene el aire de grandeza que tuvo Felipe V en 1714 contra Catalunya. Pero ni Catalunya ni España se merecen un ministro así. Mientras haya ministros que continúen provocando a Catalunya, el sentimiento independentista catalán irá creciendo en proporción geométrica con consecuencias imprevisibles. Tiempo al tiempo. (elpaís\_pol\_15\_18).

Destaca, asimismo, el uso del signo & para marcar la relación de adición, como se ve en el ejemplo 6), lo que indica las posibilidades que adoptan los usuarios en función de lo que la plataforma ofrece:

- 6) [...] entonces mejor opine sobre cosas de las cuales usted este bien informada con pruebas en mano , si no le pediré el favor de que no hable de él, mucho menos si el no esta presente para poder defenderse ojo eso no quiere decir que este solo TODOS SOMOS ÁNGEL MUÑOZ (: , & respecto a su comentario " nadie expulsan injustamente algo malo debieron haber hecho" déjeme aclararle que cuando hay un grupo de personas que se creen superior a los demas & llega otra persona que los enfrenta .. hacen de todo para quitarlo del camino ;) (emol\_pol\_23\_08).

En segundo lugar, en cuanto a los conectores contraargumentativos, se pueden detectar dos tipos (Portolés, 2001; Domínguez García, 2007). Por un lado, aquellos conectores que introducen conclusiones contrarias a las expresadas de un primer miembro, como es el caso de *pero* –el conector contraargumentativo más frecuente en los 4 sub-corpus estudiados–, *sin embargo* o *no obstante*. En 7), 8) y 9) se observan ejemplos de estos conectores.

- 7) Madrid, Baleares y Cataluña, por este orden, son las comunidades autónomas donde se recauda más de lo que reciben del Estado. Se diría, aparentemente, que son contribuyentes netos. **Pero** no es así. De todos es conocido que las empresas de ámbito nacional o multinacional radican sus sedes sociales en las dos grandes ciudades españolas, Madrid y Barcelona. De tal manera, que cuando un andaluz residente en Utrera (Sevilla), pongamos por caso, abre la espita de Gas Natural o presiona el interruptor eléctrico de Endesa, inmediatamente, los beneficios empresariales y los impuestos inherentes se asignan, se contabilizan como generados en Cataluña o en la Comunidad de Madrid; **pero** realmente han sido soportados por el usuario final, el andaluz de Utrera. [...] (elpaís\_dep\_04\_23).
- 8) Es lastimosa la ignorancia de algunos opinólogos en cuestión , objetivamente pienso que uno debe analizar todas las aristas , para

emitir una opinión , particularmente pienso que se debe al menos un reconocimiento a las clases contingentes que se excedieron de la ley de reclutamiento prolongando su servicio en la cuál me incluyo , era de sólo nueve meses y debimos estar dos años y algunos tres y hasta cuatro , injusto por las oportunidades sociales y educacional perdidas , amén del sufrimiento psicológico , ya que que tuvimos que pasar días , semanas y hasta meses en trincheras , año 78 situación crítica y anteriormente apresar a nuestros propios compatriotas infringiendo toques de queda y un cuantohay de penurias propias del rigor establecido , muchos compañeros se suicidaron y otros fueron pastos del alcohol y drogas , gracias Dios yo pude seguir adelante , **sin embargo** la mayoría de mis compañeros están muy mal [...] (emol\_pol\_05\_15).

- 9) Wert es el típico producto de la derecha española de todos los tiempos, es decir, un individuo deslenguado y faltón que desconoce el pudor, la vergüenza y los escrúpulos. Hará lo que sea para conseguir su propósito, esto es, beneficiar al círculo de privilegiados al que pertenece. **No obstante**, hay que decir en su favor que pertenece al grupo de los tabernarios, tipo Aznar, y, por ello, sabemos lo que piensan. Los individuos más abundantes -en todos los grupos humanos españoles a causa de nuestro estado preilustrado y carpetovetónico- son aquellos que consienten las canalladas en silencio para poder ascender y mejorar sus posiciones con respecto a otros. [...] (elpaís\_pol\_16\_05).

Por otro lado, el segundo tipo de conector contraargumentativo establece un contraste o contradicción entre los miembros vinculados (Portolés, 2001). Para Domínguez García (2007), la relación que se origina a partir de este tipo de conectores “no se produce cancelación o exclusión del discurso precedente, sino que se establece una comparación entre dos argumentos” (p. 131). Al respecto, los elementos más frecuentes, de acuerdo con la literatura especializada, son *en cambio* y *por el contrario*. A continuación, se presentan ejemplos de conectores contraargumentativos de contraste (ejemplos 10).

- 10) Empatarse en casa y perder fuera contra el campeón de Alemania es poco menos que el desastre padre. **En cambio**, ganar en el último minuto en casa y perder fuera contra el campeón de Escocia, sí Escocia, es un accidente injusto, desproporcionado, que no honra la belleza del gran juego practicado por este glorioso equipo que destila arte por los cuatro costados y que es lo más de lo más en la historia de la humanidad. Lo de siempre, vamos. Pues 2-1 en Escocia y para casa, chavales. Os habéis tragado dos goles como dos soles. Eso sí, de posesión y arte andáis sobrados. (elpaís\_dep\_24\_20).

- 11) [...] Asegurar que los catalanes y vascos serán NADA fuera de España es lo más ridículo que he leído por decenios, porque tantos vascos como catalanes han creado prestigio industrial a España. Por ejemplo, los productos vascos del metal tienen prestigio hasta en Suecia. Se compran máquinas herramientas y armas fabricadas en Euskadi. Lo mismo de los productos catalanes, aceptados en toda Europa con mucho éxito. Se lo asegura a usted un economista de empresa (y de Estado) que ha trabajado en rubro del comercio internacional por más de 30 años. **Por el contrario** los productos españoles son vistos con gran reserva y sospechas, desde el Caso de la Colza. Los melones y sandías españolas son regados con aguas servidas y huelen a míados. Recuerde la histeria europea el año pasado por las dioxinas en los piensos y los pepinos contaminados. Todavía no ha saltado el escándalo de los nitritos en los jamones que son causantes de cáncer. (elpaís\_pol\_17\_23).

En tercer y último lugar, las relaciones argumentativas de consecuencia que se establecen a través del uso de conectores de este tipo introducen un acto director, al insertarse en el enunciado que expresa la consecuencia o el efecto. Se entiende por acto director en este contexto aquel enunciado que contiene el efecto o la consecuencia (Domínguez García, 2007). Como se ha mencionado, el conector más frecuente en los 4 sub-corpus es *pues*. En 12) y 13), se muestran ejemplos en los que queda clara la relación de consecuencia que se establece entre los enunciados:

- 12) Hasta el viernes, José Mourinho no tuvo claro si alinear a Özil o a Modric...bien hoy sabemos que Mourinho ya se confeisa con DT, que a él le gustaría y mucho...los observadores, que eufemismo unos días empleados, otros fuentes cerca del club hoyobservadores en el entrenamiento?????????, a sabiendas que Mourinho no quiere a nadie fuera del equipo en los entrenamientos, es como mínimo intrigante... si bien me recuerdo Ozil y Khedira han sido pedidos por Mourinho y bien me recuerdo que hablaban de Ozil al inicio de la época, principalmente Valdano que no le ha gustado pues han sido los dos más baratos que Benzema, por ejemplo...Otros interpretaban que al mánager le molestaba que Özil se mezclara tanto con los españoles, como se evidenció en el episodio de la camiseta de Sergio Ramos... **pues** si yo fuera Mourinho también me preocuparía que Ozil se mezclara tanto con los españoles, me quedaría más tranquilo si fuera con las españolas, por que esto de se daren abrazos y besos por todo y por nada, no va conmigo, de jeito nenhum.(elpaís\_dep\_05\_06).
- 13) [...] Sampaoli, quien como DT me parece excelente, rechazó TODAS las ofertas millonarias que le llegaron desde el extranjero; fue como si supiera que su oportunidad estaba a la vuelta de la esquina. Además, los jugadores azules quienes rendían al máximo en la U, JAMÁS hicieron lo mismo por la Selección. Si a esto le sumamos que Yuraszek tiene demasiado poder e intereses sobre la ANFP, no resulta ilógico pensar

que ceder a Sampaoli le significa una buena suma de dinero, lo que le permite contratar a otro DT ofensivo como Berizzo y al menos 2 jugadores de categoría para enfrentar la próxima copa Libertadores. Con todo esto no pretendo defender a Borghi, **pues** el pecó de tozudo al no ser capaz de cambiar su esquema ni mejorar la disciplina en el plantel. Pero tampoco soy ciego para no darme cuenta de que lo sucedido se estaba gestando desde hace bastante rato.

Al mismo tiempo, la fórmula *por eso*, construida con un deíctico que se encuentra en vías de gramaticalización en esta expresión, es la segunda más frecuente en los 4 sub-corpus. En 14) y 15), se presentan ejemplos de este conector (tanto en posición inicial, como una consecuencia de lo planteado en la noticia que ha servido como estímulo del comentario como en posición interenunciativa).

- 14) **Por eso** la movilizaciones estudiantiles son BUENAS, y son una manifestacion transversal y solidaria de TODOS los chilenos. Lo que no me gusta es que ha sido secuestrado por un puñado intransigente y de ciertos partidos que buscan posicionarse como dueños y/o gestores del movimiento. La rebaja demuestra que sí se puede conversar y llegar a entendimientos beneficiosos para todos. No recuerdo si estaba en el tapete para el actual gobierno, pero sospecho que tampoco estaba en la agenda programatica de la Concertacion y del "mah ehtao". (emol\_pol\_01\_03)
- 15) El nacionalismo nunca es cándido ni romántico, engendra odio, resentimiento y enfrentamiento en ambas partes y **por eso** no me gusta. Si tú hubieras conocido la antigua Yugoslavia lo entenderías también pero por ahora, los políticos catalanes solo cuentan lo bueno, lo bonito, lo que vende. Se han puesto el traje de corderos y van por ahí vendiendo actitud ZEN y buen rollo tratando de que cale la idea de que es España la que no los quiere. [...] (elpaís\_pol\_02\_11)

Para finalizar con este apartado, cabe recalcar que los casos encontrados en los conectores en los 4 sub-corpus presentaron un comportamiento similar, esto es, la mayor parte de las frecuencias recayeron en dos realizaciones. Además, se pudieron hallar casos con faltas de ortografía y errores de escritura (*ero* en lugar de *pero*, como se observó en las Tablas 10, 11 y 12), que, efectivamente, se pueden deber a la falta de planificación y revisión de la escritura (como se entiende en un proceso formal de escritura) propia de un género discursivo de este tipo, en otras palabras, con un fuerte componente coloquial, dependiente del contexto inmediato para ser interpretado,

dirigido hacia un público general y no determinado y, por último, altamente orientado hacia la participación ciudadana y hacia la interactividad entre sus miembros.

### 8.2.3 Códigos de glosa: análisis cuantitativo

Los códigos de glosa se manifiestan como partículas que ayudan en la creación de una escritura (en nuestro caso, de comentarios) con coherencia, que demuestra que el escritor posee empatía por los potenciales lectores y pretende, a ciencia cierta, que su mensaje llegue de manera clara (Hyland, 2007).

Los resultados obtenidos en nuestra investigación muestran que, a partir de los datos de ambos periódicos no existen diferencias en el uso de esta sub-categoría, como se aprecia en la Figura 16, dado que mientras en El País se advierten 15,5 realizaciones por cada 10.000 palabras en Emol, 15,1.

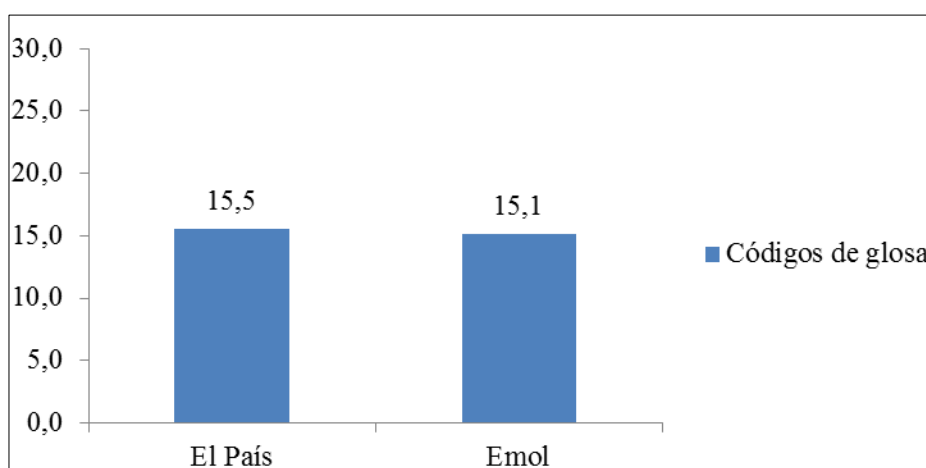


Figura 16: Gráfico de frecuencia de los códigos de glosa según periódico

Si comparamos dichas frecuencias con los datos emanados de otras investigaciones, hemos de tener en cuenta que se han encontrado menos casos. Por ejemplo, Hyland (2007) documentó en todo su corpus (que comprendía el estudio de artículos de investigación de diferentes disciplinas) un promedio de 45 casos. En español, pero centrándose en el estudio de artículos de investigación, Mur-Dueñas (2011) detectó 75,4. No obstante, lo más llamativo se percibe en los resultados conseguidos por González Arias (2014) –quien operó con un corpus de comentarios de columnas de opinión de un par de periódicos digitales– ya que, en dicha pesquisa, el autor obtuvo un promedio de 73,1 casos. En su trabajo no se especifican cuáles han sido los casos que ha

considerado en esta sub-categoría, por lo que es difícil establecer un patrón a partir de estas diferencias. Una de las posibles interpretaciones puede relacionarse con el carácter genérico de los comentarios estudiados por el investigador en comparación con los analizados en esta tesis, es decir, estas diferencias en el empleo de los códigos de glosa podrían ser entendidas como un rasgo que define y diferencia los distintos tipos de comentarios digitales, ya que mientras los de González Arias (2014) son sobre columnas de opinión, los nuestros lo son sobre noticias generales, o sea, no especializadas.

En relación con diferencias a partir de la influencia que el ámbito temático pueda ocasionar en la frecuencia de esta sub-categoría, en la Figura 17 se puede establecer que dicha situación no estaría tan clara, puesto que solo en el caso de El País se encuentran divergencias destacables: 18,2 casos en Deportes contra 12,9 en Política. Estas frecuencias podrían interpretarse a partir de que, probablemente, la argumentación en temas deportivos requiera un mayor número de datos y precisiones para convencer de manera efectiva a la audiencia. Sin embargo, dado que en Emol las frecuencias son muy similares (15,3 en Deportes y 15,1 en Política) no se puede llegar a establecer una generalización al respecto.

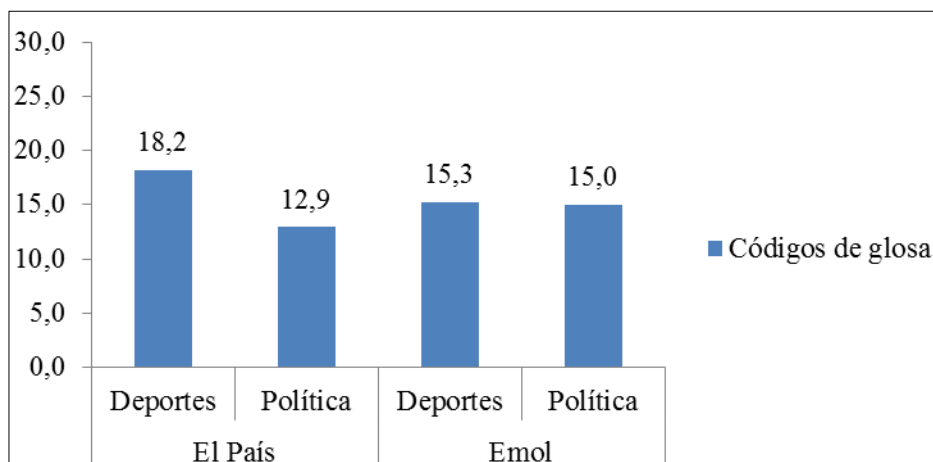


Figura 17: Gráfico de frecuencias de los códigos de glosa por periódico y ámbito temático

Como se hubiera mencionado en la sección metodológica de nuestro trabajo, se han considerado dos tipos específicos de códigos de glosa: las ejemplificaciones y las reformulaciones. De estas dos estrategias, como se desprende de la Figura 18, en general la más utilizada son las reformulaciones.

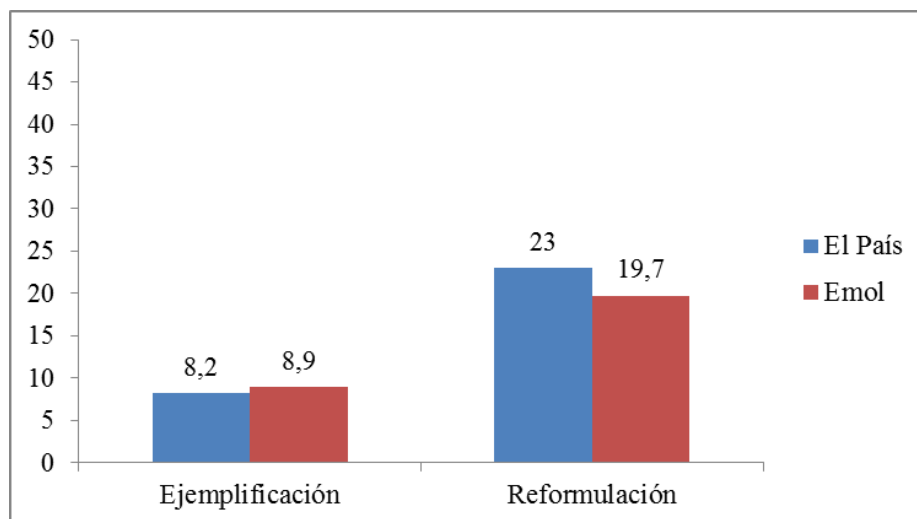


Figura 18: Gráfico de frecuencias de ejemplificación y reformulación según periódico

A continuación se revisarán los aspectos más relevantes de cada uno de los tipos de códigos de glosa. En relación con la ejemplificación, los mecanismos estudiados se centran tanto en elementos que ya se encuentran lexicalizados para esa función como en algunos que aún no lo están, pero que sí manifiestan características diferenciadoras propias de este rol. La ejemplificación, en concreto, es un proceso comunicativo a través del cual el significado es clarificado o apoyado por una segunda unidad que ilustra a la primera citando un ejemplo (Hyland, 2007). Como ya se ha indicado para los códigos de glosa en general, este mecanismo es una característica recurrente de la escritura académica y un aspecto central de cualquier exposición. Básicamente, se constituye como una guía para el lector con el fin de que pueda extraer, en definitiva, la información importante desde el ejemplo (Hyland, 2007).

En la Figura 18 se puede observar que la frecuencia de ejemplificadores era un poco más alta en Emol (8,9) que en El País (8,2). Ahora bien, si comparamos los periódicos considerando los ámbitos temáticos, sí podemos encontrar diferencias interesantes. En la Figura 19, se puede apreciar que, de hecho, tanto en El País como en Emol la frecuencia de ejemplificadores es mayor en Deportes que en Política. Tal como se ha argumentado anteriormente, el mayor uso de ejemplificadores en el ámbito de deportes se puede relacionar con la necesidad que hay en este ámbito temático por utilizar estrategias que resulten más efectivas para los propósitos comunicativos que se persiguen.



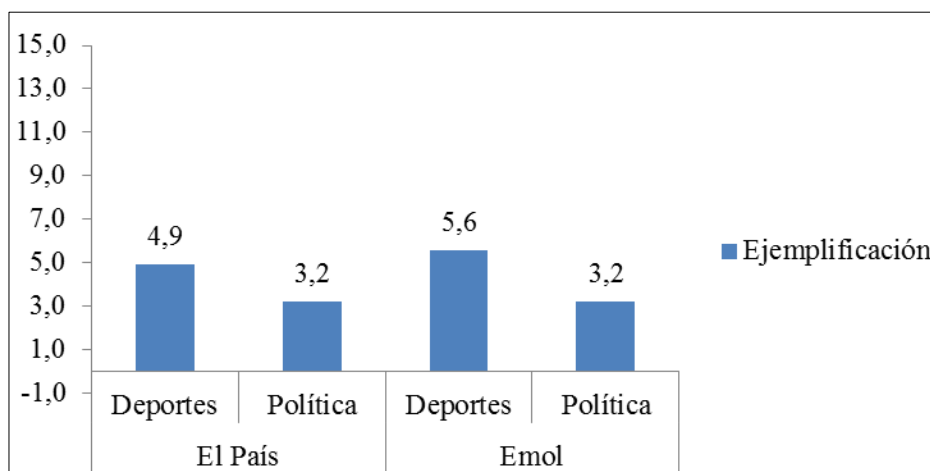


Figura 19: Gráfico de frecuencias de ejemplificadores según periódico y ámbito temático

Por su parte, en cuanto a los casos más frecuentes, la única que es transversal a todos los sub-corpus es *por ejemplo* y, luego, el uso de paréntesis. El detalle de los casos encontrados puede verse en la Tabla 13.

Tabla 13: Casos de ejemplificadores

Ejemplificación	El País Deportes	El País Política	Emol Deportes	Emol Política
<b>por ejemplo</b>	3,2	2,4	2,9	1,7
<b>como</b>	0,8	0,0	0,0	0,0
<b>Uso de paréntesis</b>	0,4	0,4	1,8	0,5
<b>ejemplo</b>	0,1	0,1	0,1	0,3
<b>por ej.</b>	0,1	0,0	0,1	0,3
<b>véase</b>	0,0	0,0	0,3	0,0
<b>Ej</b>	0,0	0,0	0,3	0,0
<b>ejemplo de ello</b>	0,0	0,0	0,1	0,0
<b>un ej</b>	0,0	0,0	0,0	0,1
<b>Ejs.</b>	0,0	0,0	0,0	0,1
<b>a modo de ejemplo</b>	0,0	0,0	0,0	0,1
<b>e.g.</b>	0,0	0,1	0,0	0,0
<b>ejem</b>	0,0	0,1	0,0	0,0

Por otro lado, el segundo tipo de códigos de glosa con los que se ha trabajado es la reformulación. La reformulación, en palabras de Hyland (2007), es una función discursiva por la cual la segunda unidad es una reexpresión o una elaboración de la primera con diferentes palabras, para presentarla desde un punto de vista diferente y para reforzar el mensaje. En concreto, es una relaboración de una idea por parte del escritor con el fin de facilitar la comprensión para los lectores potenciales. Se constituye, por tanto, como “una operación de autorreflexión sobre la lengua y una

muestra clara de la función metacomunicativa del lenguaje” (Calsamiglia y Tusón, 2002, p. 310).

En nuestra investigación, se presenta una mayor frecuencia en los comentarios realizados en El País (23 por 10.000 palabras) en contraste con Emol (19,7). Sin embargo, si contrastamos también en función del área temática de cada comentario, como se distingue en la Figura 20, no se podría asegurar una influencia directa de este factor.

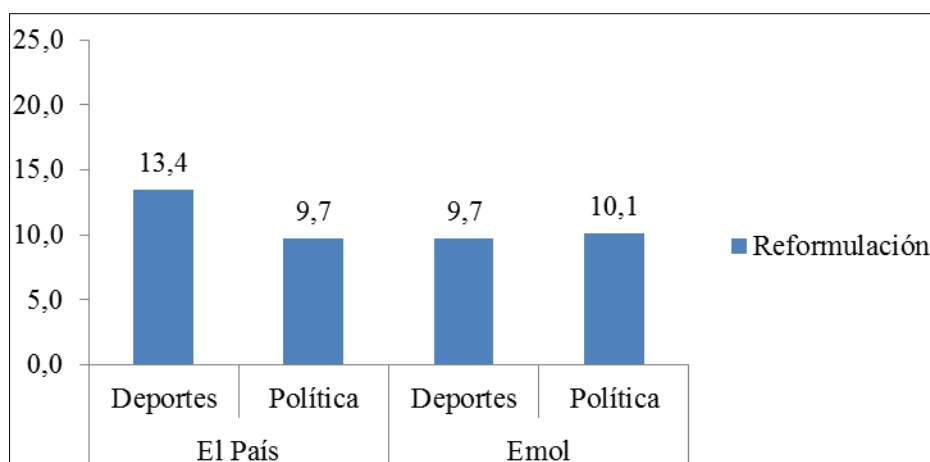


Figura 20: Gráfico de frecuencia de reformuladores según periódico y ámbito

Por último, en cuanto a los casos más frecuentes, en los 4 sub-corpus son *en fin*, *es decir* y *o sea*. Esta última, además, es posible de documentar en diferentes formas como *ósea*, *osea* u *ose a*. El detalle de los casos encontrados puede verse en el Anexo 1.

#### 8.2.4 Códigos de glosa: análisis cualitativo

El uso de los códigos de glosa en general, como se ha planteado, se refiere a un conjunto de estrategias básicas que se emplean en la negociación del significado en diferentes contextos para ayudar y guiar la comprensión de los potenciales lectores (Hyland, 2007). De estas estrategias, nos hemos concentrado en dos: los marcadores de ejemplificación y los de reformulación. Comenzaremos revisando ciertos casos de marcadores de ejemplificación.

Los marcadores de ejemplificación tienen una doble adherencia: por una parte hacia lo que el hablante acaba de decir y, por otra, a lo que dirá después del marcador (Fernández Bernárdez, 1994), como se advierte en los ejemplos 16) y 17).

16) Increíble, DT erre que erre. El Madrid batió la temporada pasada el record de puntos y goles en liga y, sin embargo, Dt habla de jugadores postergados y estupideces semejantes. Si no postergara a los buenos seríamos el Barsa. Es fácil hacer crítica así. Mou es inepto y bocazas haga lo que haga. **Por ejemplo**, si jugara más Benzema, el pobrecito postergado por no ser del clan portugués sería Higuain. ¡que obsesión anti Mou! Y, claro, ahora no puede hablar del clan porque Coentreao ha estado ausente de las dos últimas convocatorias: otro pobrecito postergado. Pero ya volverá a la carga con él en cuanto marcelo descansa una semana (elpaís\_dep\_01\_17).

17) [...] En Noruega, todos deben pagar impuestos cuando ganan dinero. Las personas que más ganan son quienes más impuestos deben pagar; quienes ganan menos, pagan menos impuestos. El dinero de los impuestos permite al Estado darnos servicios de bienestar y prestaciones del seguro social. **Por ejemplo**, el centro de recepción donde usted vive, la escuela a la que asisten sus hijos, y el hospital que tal vez visitará, han sido pagados con los impuestos de todos los habitantes de Noruega. [...] (emol\_pol\_19\_11).

Sin embargo, esta adherencia no requiere que vaya en posición inicial de enunciado sino que puede ir, perfectamente, en posición final. Es decir, el segundo elemento que cumple la función pragmática de ejemplificar lo que se ha dicho anteriormente, puede que no esté explícito (como en 18):

18) Una lástima que con todo lo que sucedió, obviamente hablo del mediocre partido que hizo Chile y el posterior despido de Borghi (al fin) pasara tan colado y fuera tan empañado lo que ayer hizo Ángelo Henríquez, por eso quiero dedicarle unas palabras para destacar lo de este cabro, que, aparte del Gol, fue por lejos, pero por LEJOS el mejor de Chile, no solo desde las ganas con las que entró, si no que realmente jugó bien, se recostó, trató de juntarse con los volantes, tocaba y buscaba altiro la pared o el desmarque, recuperó balones, generó faltas, se deshizo de un par de serbios en algunas maniobras y además hizo el único Gol, Ángelo es un jugador que entiende el juego, los que saben de futbol sabrán de lo que hablo, entiende el juego mucho más de lo que Alexis Sánchez lo entenderá en su vida **por ejemplo**. [...] (emol\_dep\_07\_04)

A juicio de Fernández Bernárdez (1994), en este caso también existe “una doble adherencia, pues la presencia del marcador nos orienta hacia una presuposición pragmática: asumimos un término general al que se ejemplifica, a pesar de que éste no aparezca explícitamente” (p. 116). Junto con estos casos de *por ejemplo*, hay casos en los que los usuarios, aprovechando las características del medio, emplean contracciones, como se distingue en 19).

- 19) Los principales actores son los jugadores, personalmente agregaría a varios que acompañen al EXDT. entre ellos SANCHEZ un pichanguero está convencido que juega solo, si NO cambia fuera, A ARTURO VIDAL por no querer jugar por su CHILE FUERA, A JARA fuera por malo, SUAZO , CONTRERA POR fecha de vencimiento les daría las gracias por lo que hicieron y CHAO, les daría oportunidad a otros que si quieren jugar **por ej.** ANGELO LO DEJARÍA FIJO DE 9, dos delanteros de Colo Colo FLORES Y CARLITO M. Fijo los dejaría de titular, EL SR. PINTO (arquero) lo dejaría como TERCER ARQUERO, en el medio nacional hay otros que estan haciendo bien las cosas [...] (emol\_dep\_07\_26).

Se emplea, asimismo, la contracción de *ejemplo* sin el uso de la proposición *por* y otros usos de la forma *ejemplo* en conjunto con otros elementos, como en los ejemplos 20), 21) y 22), lo que sería un indicio de que aún no son elementos que se encuentren gramaticalizados:

- 20) Alonso creo que lleva una temporada magbnífica. Falla Ferrari, que ya le hizo perder más de un Campeonato. Dominicalli, creo que se llama, parece ser que no está a la altura de otros colegas, como el de Red Bull, **por ej.** Alonso, perdió la oportunidad de sú vida cuando Red Bull le ofreció un coche y no lo quiso por estar soñando con Ferrari. Si no ocurre un milagro, Vettel alcanzará sú tercer Título; además, hoy ha tenido la suerte del campeón con la salida del coche de seguridad. Montezemolo, me parece un Rajoy, muy blando. (elpaís\_dep\_49\_08).
- 21) [...] Siguiendo esta línea, y sin desmerecer excelentes universidades de ésta naturaleza, y siguiendo además de forma correcta el principio de legalidad que rige toda la administración del Estado, ni siquiera la PUC debiese recibir fondo alguno por parte del Estado. Si todo esto sucediese, sería maravilloso el cambio que se produciría. **A modo de ejemplo**, se eliminarían las propias diferenciaciones entre las propias carreras en mi querida Universidad de Chile, se potenciaría el que todas las carreras y sus facultades y escuelas, fueran igualmente mantenidas, consideradas, apoyadas y financiadas. [...] (emol\_pol\_20\_11).
- 22) Totalmente de acuerdo, con el equipo actual se tienen muy pocas posibilidades de ganarle a los poderosos de sudamerica, refuerzos como

morante, civeli, gutierrez, videla, fue gastar 5 millones de dolares en jugadores de la media para abajo. Esperemos que se le de un buen nivel a los refuerzos y por último potenciar con las divisiones menores, **ejemplo de ello** es Sebastián Martínez que le ganó el gallito a Videla. A Ubilla lo veo más como delantero que puntero, a morales no le ha encontrado posición ni continuidad.

Por último, no se detectaron grandes diferencias en el uso de los ejemplificadores según la variedad dialectal. No obstante, se han de destacar expresiones empleadas principalmente en otros idiomas para cumplir con esta función pero que algunos escritores utilizan. Nos referimos a la expresión latina *e.g. (exempli gratia)* empleada con alta frecuencia en inglés, como se puede comprobar en 23).

23) Ciertamente yo también creo que es lícito y estoy totalmente de acuerdo con que sean los catalanes quienes decidan su destino. De todas formas es curioso que un político de izquierdas (como lo son ERC) haga un comentario xenófobo contra los andaluces y supongo que sabes a que comentarios me refiero.....(**e.g.** en Andalucía no paga impuestos ni Dios...). Evidentemente fuera de Europa este tipo de comentarios son vistos como el tipo de comentarios que solo un facista (racista, xenófobo, etc) haría y jamás alguien de izquierdas. (elpaís\_pol\_18\_02).

Por otro lado, en cuanto a los marcadores de reformulación, se entiende que estos son parte de un proceso que permite al hablante poder volver sobre un discurso anterior para presentarlo desde otra perspectiva (Ramalle, 2015), con el fin de clarificar su discurso y guiar las interpretaciones e inferencias potenciales que requieran llevar a cabo. Los marcadores de reformulación en nuestro corpus pueden cumplir diferentes funciones, de acuerdo con la clasificación esbozada por Portolés (2001). En primer lugar, pueden desempeñar un papel *explicativo*, como se enseña en 24), 25) y 26), en donde se entiende que cumplen una función pragmática esencial, esto es, reparar posibles deficiencias comunicativas entre los interlocutores (Portolés, 2001).

24) borghi sufrió?...que pena por el nosotros hinchas, chilenos antes de el inicio del partido ya sabíamos que íbamos a jugar los once dentro del area tratando de soportar los ataques del equipo ecuatoriano , **o sea** ya estábamos sufriendo , y lo peor ...se esperaba que chile manejase el partido tenía si no los mejores buenos jugadores para hacerlo [...] cuando necesitan decir eso es que hay problemas de kilo **o sea** ni los propios jugadores quieren al parrillero ...contreras no quería enfentar a argentina ...vidal idem ...esa fue la impresión que me dejó las dos expulsiones lamentable que haciendo esto ellos no piensan en los que quieren que chile vaya al mundial (emol\_dep\_04\_13).

- 25) El 90 por ciento de la prensa a favor del RM? Dónde tú vives? Además no se trata de La Prensa, se trata de EP, el periódico de todos los días para muchos. Que importa si El Mundo es pro RM si no lo leo, de la misma manera qué importa si El Periódico es pro-Barza si a lo mejor tú no lo lees. Creo que es una exigencia válida y justa, entre otras cosas porque un periódico se hace para sus lectores, sus "habitué", y éstos lo único que reclaman es menos inquina y chisme (**es decir**, más y mejor periodismo), de la misma manera que en un restaurant es justo reclamar la comida, por lo menos, bien hecha. O tú eres de los que te conformas con el pan de ayer? Mira... tranqui, que no sabes por dónde van los tiros! (elpaís\_dep\_32\_13).
- 26) Como buen dictador ya le dices a los demás a lo que tienen que dedicar el tiempo. Lo que es mi bien es algo que entra dentro, única y exclusivamente, de mi elección. **En otras palabras**: tu no eres nadie para decir lo que es o no beneficioso para mí. En cuanto a los de el "resto de los españoles" me parece que lo que tú defines como "españa" está muy lejos de lo que otros podemos considerar. Pero, al parecer, tiene que ser la españa que tu consideras aquella que tenemos que considerar los demás. Asimismo, pueden cumplir roles rectificativos (elpaís\_dep\_02\_20).

Asimismo, los marcadores de reformulación pueden cumplir un rol *rectificativo*, en el que se sustituye el primer elemento (presentado como una formulación un tanto incorrecta) por otro que en alguna medida lo mejora, como en los casos 27) y 28).

- 27) Que lamentable que todo un país tenga tanta ilusión, o **mejor dicho** tenía tanta ilusión y por nada. Lamentablemente hoy tenemos el peor de los partidos, jugamos en contra de la Historia, un partido oficial ganado en 80 años, es una vergüenza, equipos mucho mas inferiores a nosotros tienen mas victorias, se juega en contra de Argentina, en contra de los puntos que le urgen al equipo, se juega en contra de lo mal que viene jugando Chile, se juega en contra de las ausencias, en contra de los irresponsables que se hicieron expulsar por incapacidad frente al rival.....y lo peor se juega en contra del pésimo cuerpo técnico que esta a cargo de Chile. [...] (emol\_dep\_02\_08).
- 28) Acá todos hablamos de Borghi; pero hay que hablar de todo el ambiente: nuestros dirigentes, estadios, periodistas, competencia o **más bien** nula competencia local. Al no tener competencia cada jugador se cree insustituible e irremplazable y lo peor, es que todos nosotros hinchas o **más bien** fanáticos apoyamos esa creencia tratando como dioses a los "millonarios prematuros" como los llama Bielsa. Amateurismo es la solución; aguante Berizzo, Sampaoli, Martino.(emol\_dep\_02\_22)

En tercer lugar, pueden actuar como *marcadores de distanciamiento*, en donde presentan como no relevante un elemento del discurso anterior, y al mismo tiempo, muestran la nueva formulación como aquella que condicionará el devenir del discurso (Martín Zorraquino y Portolés, 1999). Dicha función se evidencia en los ejemplos 29) y 30):

29) Pues a mi si que me parece que los jugadores del Barça son unos piscineros y me parece bastante claro viendo la caída de Iniesta del Domingo, como se gira cayendo... puff, es difícil de defender Andresito... Y si lo que quiere es defender a sus compañeros lo tiene mas difícil aun, lo de Cesc en Sevilla con Medel fue patético, de sanción... **De todas formas** no es cosa solo del Barça, me parece que hay mucho teatro en el fútbol profesional así que no te ofendas. Una cosa mas Andres, ¿Que te pareció el mosaico independentista como Albaceteño? ¿Y a Villa? ¿Y a Pedrito? ¿ningún periodista les pregunta? Ellos mientras se lleven la pasta calentita que les dejen de historias de Cataluña... (elpaís\_dep\_07\_13).

30) Me parece que el Sr. Besa no vio el mismo partido que un servidor. Si el árbitro no se hubiera "equivocado" tanto, y tantas veces, el Depor no hubiera tenido nada que hacer. **De todos modos**, al Sr. Ramón, que se las da de sabio en todo lo que a Barça huele, el tiempo le pondrá en su sitio. Quiero decir el tiempo que falta para que jueguen Abidal, Piqué, Puyol, etc. Si ahora jugando con lo puesto, el Barça hace lo que hace, luego dirá que aburre, que si villarato, que si bla, bla, bla ... Es curioso ... Primero que si el futbolero era Tito y Pep solo el comunicador. Ahora parece añorarlo ... Si fuera posible celos parecerían lo suyo, señor Ramón ... (elpaís\_dep\_13\_08).

Por último, pueden ejercer funciones de *recapitulación*, en otras palabras, muestran al miembro del discurso en el cual se insertan como una conclusión o recapitulación a partir de un miembro anterior o una serie de ellos (Martín Zorraquino y Portolés, 1999). A continuación, se presentan ejemplos que cumplen este rol (ejemplos 31).

31) **Resumiendo**, ignorante: Federación (del latín federare, "unión") también suele denominarse Estado federal. Las federaciones están compuestas por divisiones territoriales que se autogobiernan, a las cuales se llega a dar con frecuencia el nombre de estados, cantones, regiones, provincias u otras, que gozan de un mayor o menor grado de autonomía pero que, en cualquier caso, tienen facultades de gobierno o legislación sobre determinadas materias, distintas de las que corresponden a la administración federal (gobierno de la federación). [...] (elpaís\_pol\_08\_18).

32) [...] Además, consiguió que Floren echará a Valdano, y en eso, en algunos medios se paga. Lo mismo que pagará haber denunciado a un periodista por injuriarle, lo mismo que paga no salir en todas la ruedas de prensa, no dejar que los plumillas viajen con el equipo, entrenamientos a puerta cerrada, etcétera. Pero lo que no es justo es que no se le reconozca lo que ha aportado al Madrid; que no se le reconozca como el técnico que al fin puso a Ramos en su posición, como el entrenador que ha calmado a Pepe, que enseña a Marcelo a defender, que ha conseguido menos bicicletas y protestas por parte de CR7, que ha convertido a Benzema en pantera y, **en suma**, ha transformado al Madrid en el mejor atacante del mundo, con el mejor contraataque. Si los antimourinhistas lo quieren ver, bien, y si no, también: me da que a Special One se la pela...(elpaís\_01\_06).

Estos ejemplos están orientados a resumir lo que se ha ido planteando en cada comentario, pero en la misma línea argumentativa. Sin embargo, se encontraron ejemplos en los que se incorporan elementos en direcciones opuestas (Martín Zorraquino y Portolés, 1999; Portolés, 2001), como en los ejemplos 33) y 34).

33) No entiendo. Alegan que no se les pagó nada, pero el servicio militar no es pagado en Chile (aún hoy). Y luego dicen que no participaron de torturas ni desapariciones. Entonces, ¿por qué reclamar sólo por el periodo 73-90? Deberían reclamar hasta el día de hoy. Nadie puede sostener seriamente que hay un perjuicio moral porque la gente asuma que uno es de derecha o de izquierda. **Al final**, se ha do creando la cultura de que reclamando con violencia consigo cosas. (emol\_dep\_05\_28).

34) [...] Un reciente presidente de gobierno dijo que España no era una nación y que él ni siquiera sabía lo que era una nación. Y era presidente del gobierno de una nación miembro de la organización de NACIONES unidas. Y el otro, hace poco, dijo que España tenía 500 años de antigüedad. Como si eso tuviera algo que ver. Aparte de que tiene más de 2.000 años. Ya sé que los ignorantes si me leen pondrán el grito en el cielo. Pero la 'Era Hispánica' la instauró Augusto en el 38 a.C. Hasta los RRCC fechaban documentos con la era hispánica. De Hispania, que es España en latín, lo mismo que Spanien es España en alemán. **Total**, que lo que pasa es que estamos dirigidos por mangantes, ignorantes y oportunistas. (emol\_pol\_17\_13).

Por último, al igual que en los ejemplificadores, no se detectaron grandes diferencias en el uso de los reformuladores según la variedad dialectal que se representa en cada periódico. No obstante, también se encontraron casos de expresiones latinas, como *i.e.*, empleadas, fundamentalmente, en otro tipo de discursos, en específico, el académico (véase ejemplo 35).



35) Cinico y fresco este Lagos. Ahora me explico los escupos que le han tirado los estudiantes de su propia Alma Mater, la Facultad de Derecho de la U.de Chile. Solo falta que alguna instancia legal (**i.e.** los Tribunales de Justicia) manden a llamar al ex Ministro de Educacion Sergio Bitar para que cante quien fue el que le autorizo a entregar "Garantía Estatal" a los creditos entregados por la banca privada.[...] (emol\_pol\_18\_26).

### 8.2.5 Ordenadores discursivos: análisis cuantitativo

Como se aprecia en la Figura 21, existe una mayor frecuencia de ordenadores discursivos en Emol (14,5) que en El País (9,9). Estas diferencias podrían estar relacionadas con la plataforma que facilita los comentarios en cada periódico. Facebook, en el caso de Emol, presenta una estructura y disposición distinta a Eskup, de El País, puesto que esta última se entiende como una red social que facilitaría la conversación e interacción con los demás miembros de la comunidad que ahí se encuentra registrada. En cambio, en Emol, Facebook facilita la aplicación que permite la participación, por lo que el comentario podría ser considerado, por los usuarios, como una extensión de su propio perfil.

Igualmente, si comparamos estos resultados con otras investigaciones que consideren esta perspectiva en el tratamiento de la sub-categoría, resalta que las frecuencias extraídas en nuestra investigación son más altas que las señaladas, por ejemplo, por Mur-Dueñas (2011), quien encontró 7,1 en su corpus de artículos de investigación en español. Estas diferencias se explicarían por el tipo de discurso que se construye y las restricciones genéricas que se imponen a cada realización textual. En otras palabras, mientras el discurso académico cuenta con estructuras rígidas demarcadas por la cultura disciplinar que impiden el surgimiento de nuevas formas de organizar el texto, el discurso que se construye en los comentarios de noticias no posee más restricciones que aquellas definidas a partir del conocimiento sobre el comportamiento de los usuarios en espacios digitales. En estos, los escritores aprovechan y explotan, de acuerdo con sus necesidades comunicativas, la diversidad de posibilidades que otorga la tecnología. Básicamente, no se trata de entender que la tecnología determina las posibilidades de intercambios comunicativos, sino que, por el contrario, los usuarios aprehenden dicha tecnología y se apropian de ella.

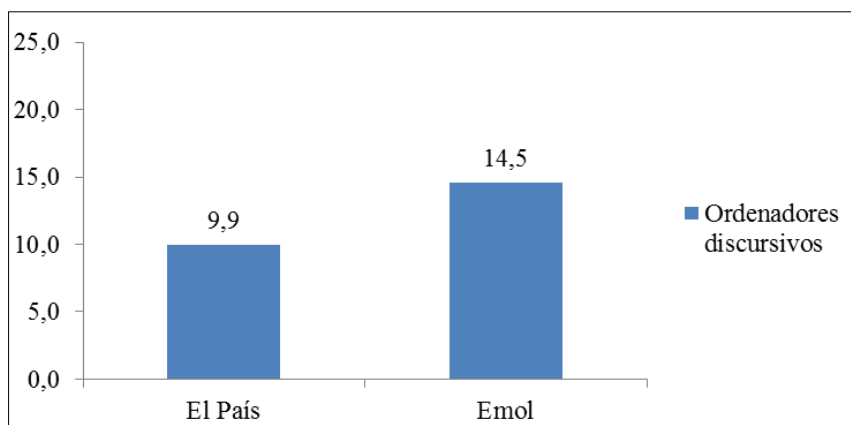


Figura 21: Gráfico de frecuencia de los ordenadores discursivos por periódico

Por otro lado, con respecto a la influencia que podría ejercer el ámbito temático, según se desprende la Figura 22, no habría relación alguna.

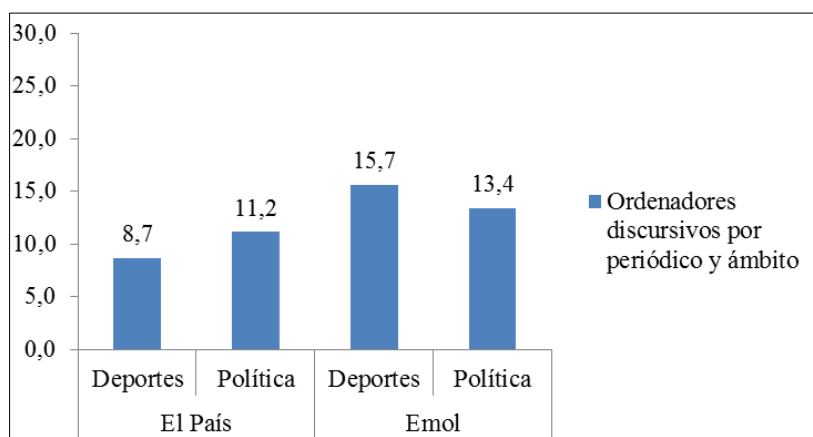


Figura 22: Gráfico de frecuencia de los ordenadores discursivos por periódico y ámbito temático

Para finalizar, los casos descritos para esta sub-categoría se pueden ver en la Tabla 14, en la que se puede determinar que las estrategias más frecuentes y, por ende, más empleadas por los usuarios son aquellas que no son, en general, descritas en este tipo de estudios. Por ejemplo, el caso más frecuente, en los 4 sub-corpus, es el uso de números, seguido por el empleo de números ordinales.

Tabla 14: Casos de los ordenadores discursivos

<b>Ordenadores discursivos</b>	<b>El País Deportes</b>	<b>El País Política</b>	<b>Emol Deportes</b>	<b>Emol Política</b>
<b>Números</b>	2,7	5,4	6,1	6,1
<b>Ordinales</b>	1,8	0,8	2,0	1,2
<b>Ordenador con lugar (en primer lugar)</b>	1,1	0,3	0,5	0,4
<b>Ordenador con lado (por un lado)</b>	0,8	1,7	1,4	1,5
<b>Ordenador con parte (por una parte, de una parte)</b>	0,7	1,3	0,8	0,3
<b>Por último</b>	0,4	0,4	1,6	1,2
<b>Luego</b>	0,3	0,0	0,5	0,5
<b>Igual</b>	0,3	0,0	0,0	0,0
<b>Ordinales a través de número (1°, 2°)</b>	0,1	0,4	1,1	0,4
<b>Por otro</b>	0,1	0,1	0,1	0,1
<b>PD.</b>	0,1	0,1	0,0	0,3
<b>Finalmente</b>	0,1	0,0	0,4	0,4
<b>A continuación</b>	0,1	0,0	0,1	0,0
<b>A su vez</b>	0,1	0,0	0,1	0,0
<b>Letras (a., b.)</b>	0,0	0,0	0,0	0,8
<b>Después</b>	0,0	0,3	0,0	0,0
<b>Números (escritos: uno, dos)</b>	0,0	0,3	0,4	0,0
<b>Para terminar</b>	0,0	0,0	0,1	0,0
<b>Otra cosa</b>	0,0	0,0	0,1	0,1
<b>Conclusión</b>	0,0	0,0	0,0	0,1

### 8.2.6 Ordenadores discursivos: análisis cualitativo

La intención de organizar la estructura del discurso responde a una preocupación por ordenar y resaltar la información más relevante a juicio del escritor. Por tanto, los ordenadores discursivos cumplen una función eminentemente pragmática; más allá de los rasgos léxicos que podrían guiar la lectura, los escritores escogen aquellas alternativas que puedan resultar más efectivas para conseguir sus propósitos. De esta manera, se documenta el uso de números para ordenar el discurso, tal como se aprecia en 36) y 37).

- 36) **1)** Un conscripto no es un militar. No entra al Ejército en forma voluntaria y no puede hacer carrera y ascender de grados dentro de la institución. Por ende, siempre son la última pieza de la cadena de mando. **2)** Los que sirvieron entre el 73 y 78 tuvieron que extender su período de servicio legal por 1, 2 y más años, sin compensación ninguna y sin existir un estado de Guerra (que está bien especificado en los convenios de Ginebra que significa). Tampoco rebicieron sus beneficios previsionales **3)** Muchos de los que estuvieron en el servicio tuvieron que violar hombres y mujeres, dar golpizas a sus propios vecinos y hacer un sinnúmero de cosas que el país parece preferir olvidar **4)** Aparte de todo lo anterior, son rechazados por todo el mundo. Para algunos son agentes de la dictadura, y para otros fueron simplemente soldados a su mando [...] (emol\_pol\_05\_24).
- 37) Por qué, hay que escribir con ñ para ser del RM? Hmmm, interesante. Ahora, no me pidas que escriba Barza con ç porque eso sí me enojaría. Barza se escribe con Z de zapato o con F de Farsa o de floripondio. Por cierto, Pudrit suena más catalán que castellano, supongo te refieres entonces al equipo condal. Iniesta: Iniesta no dijo ni que sí ni que no, no manipules. Dijo que se debía respetar la voluntad del pueblo catalán. Lo que es una frase muy tramposa. Ya que **1.** Qué es el pueblo y de qué está compuesto? **2.** Las minorías no independentistas no pueden tener peso entonces en Catalunya? **3.** Por qué jugar en un equipo te hace depositario de la ius del supuesto pueblo? Mira, vete a estudiar, y de paso llévate al analfaburo Iniesta. No tienen ni p... idea de qué están diciendo.(elpaís\_dep\_15\_05).

En cuanto a funciones que podría cumplir esta sub-categoría, la literatura especializada reconoce tres tipos de ordenadores: de apertura, de continuidad y de cierre (Portolés, 2001, p. 138), los que, de hecho, se encuentran en nuestro corpus, aunque los de cierre en menor frecuencia si se contrasta con los otros. En los ejemplos 36) y 37), el número *1* se comportaría como un marcador de apertura, mientras que *2* y *3*, de continuidad. Sin embargo, los prototípicos son los que se indican en 38), en donde *en primer lugar* cumple la función de apertura y *en segundo lugar* la de continuidad:

- 38) Es que además parece que el tema de la cantera es algo nuevo. Historicamente todos los grandes clubes han trabajado en ello. El Madrid el primero. ¿ Ya no nos acordamos de aquella final de copa contra el Castilla? ¿ Ya ha olvidado el madridismo a la quinta del Buitre? Utilizar la cantera no es demagógico, es casi una necesidad, pero para ello se requiere **en primer lugar** convicción y **en segundo lugar** una metodología de trabajo. Esto en el Madrid no pasa. Mourinho tiene la responsabilidad que le corresponde en estos tres años. Vuelvo a repetir: si Mourinho no cree en la cantera del Madrid, que lo diga claramente, si de verdad le interesa que trabaje por y para ella, entre otras cosas porque esa es una de sus funciones como *mánager general* y presidente de facto del Madrid. (elpaís\_pol\_17\_19).

Al mismo tiempo, en 39) *por un lado* tiene un valor de apertura y *por otro* de continuidad:

39) [...] Veo con mucha tristeza que somos una pila de giles cuya posición política y odio al adversario político nos ciega a tal nivel de tolerar y hasta justificar lo sucedido anoche. Obvio que ahora se viene una rencilla barata y burda entre quienes justificarán y hasta elevarán a condición de héroe al aún supuesto sospechoso y quienes quieren lincharlo. La cosa pa mi es clara: Ley pareja **por un lado** y, **por otro**, ponerle el cascabel al gato de una vez por todas al problema de los pueblos originarios (INTEGRACIÓN!!!)... (emol\_pol\_07\_12).

Para finalizar, en 40) y 41), se ejemplifican casos de marcadores de cierre:

40) [...] Si en un trabajo me exiges que esté 30h sin dormir, me tendré que tomar 15 cafés, y daré positivo por cafeína, pues igual, para el mundo del deporte, si las exigencias de aficionados y marcas comerciales, es batir records, como lo haré?, con fabada y pan?. Seamos serios, si tu llevas super de 98, y corres más, pues yo que me juego mis habichuelas, querré lo mismo, y me enteraré, donde lo consigues, y así, Ferrari, era el médico de las élites de ciclistas, y demás deportistas. **Por último**, el médico de Induraín, Sabino Padilla, tiene la fama ganada y está inmerso en procesos judiciales, por dopar a deportistas, miramos para otro lado?. Al final los guiñoles, van a tener razón. (elpaís\_pol\_14\_20).

41) [...] La verdad Sampaoli pueda que deportivamente quiera ir a la selección, pero hoy priman más las ganancias económicas que las metas deportivas. Hoy día no me gustaba Borghi ni tampoco creo que Sampaoli sea la solución, "conocedor del medio" (haber entrenado acá?)... Bielsa cumplía este requisito? Copas? ... cuántas tiene Bielsa? Ojala hubiesen razones "universales" para todos claras en esta difícil decisión, no las hay y quedarán al (mal) criterio de Yuraszeck, Segovia y Jadue. La verdad que me da pena por el fútbol chileno y la ilusión de aquellos a quienes nos gusta este deporte. **Finalmente**, si quieres dar una opinión, dala, pero la forma dista mucho de que te autclasifiques como conocedor del fútbol. (emol\_dep\_17\_09).

### 8.2.7 Topicalizadores: análisis cuantitativo

En español existen diferentes mecanismos para marcar como topicalizado un segmento discursivo: asignando al elemento topicalizado la posición inicial, separándolo del resto por una pausa, anteponiendo expresiones topicalizadoras, etc. (Casado Velarde, 2010). Dentro de esta perspectiva, en esta tesis solo se estudiaron las expresiones topicalizadoras antepuestas, tal como se ha realizado en la literatura especializada en metadiscurso. Así, el uso de topicalizadores en el corpus estudiado es bastante bajo en comparación con otras estrategias metadiscursivas analizadas hasta el momento. Comparando tan solo periódicos, se aprecia que ambos presentan frecuencias similares: 3,1 para El País y 3,6 para Emol. Ahora bien, tomando en cuenta las áreas temáticas, tal como se aprecia en la Tabla 15, no es posible establecer que el ámbito temático influya como factor determinante en la aparición de estos recursos, ya que mientras en El País el ámbito temático de la política presenta una mayor frecuencia que el de deportes, la situación inversa se manifiesta en Emol.

Tabla 15: Frecuencia de uso de topicalizadores en los sub-corpus

	El País		Emol	
	Deportes	Política	Deportes	Política
Topicalizadores	2,5	3,6	4,5	2,7

Sin embargo, este bajo interés que tendrían los escritores por topicalizar algún segmento específico de su discurso no resulta extraño si se contrasta con otras investigaciones (Hyland y Tse, 2004; Hyland, 2005; Mur-Dueñas, 2011; González, 2015). Al respecto, por ejemplo, Mur-Dueñas (2012) indica frecuencias incluso más bajas que en nuestro análisis, a pesar de que se trata de un discurso planificado, con una audiencia concreta y que debería tender a una organización basada, entre otras estrategias, en la topicalización para resaltar aquellos segmentos textuales que son de interés.

Este mayor uso en comparación con otros tipos de discursos podría descansar en el hecho de que los tópicos de interés que se quieren resaltar pueden provenir desde diferentes fuentes de información que nutren la construcción textual y que se encuentran distantes, informativamente, de cada comentario. Concretamente, cada información que se desea topicalizar responde a un interés por plantear una organización discursiva

particular en base a determinados tópicos. Estas temáticas pueden provenir tanto de los intereses propios de cada escritor como de tópicos provenientes de la noticia que sirve como *estímulo* para la participación de los usuarios en forma de comentarios o de otros comentarios realizados por diferentes usuarios. Vale decir, dado que los topicalizadores son usados para incluir tópicos relacionados, cambiar el tópico o reintroducir tópicos mencionados ya introducidos (Vande Kopple, 2002), los usuarios que comentan las noticias cuentan con más fuentes a través de las cuales pueden dar cuenta de tales funciones. De esta manera, se reafirma la concepción de que la noticia y los comentarios son parte de un mismo género híbrido y ambas partes influyen, necesariamente, en la elaboración de un discurso participativo (Bruce, 2011).

Por otro lado, como se aprecia en la Tabla 16, los casos de esta sub-categoría son más variados que los encontrados en otros estudios<sup>15</sup>, aunque en su mayoría la frecuencia es muy baja. Este análisis muestra, además, que aquellas más empleadas son, en general, *en cuanto a, respecto a, con respecto a y en lo referente a*. No obstante, considerando la naturaleza de los documentos que se analizaron, no se encontró la variedad de elementos que se esperaba. Esto podría relacionarse con que, aunque el discurso digital presenta similitudes con ciertas características del español conversacional coloquial, se sigue llevando a cabo de manera escrita (independiente de que el canal de comunicación sea diferente al tradicional), lo que impide, de manera natural, el surgimiento de nuevas estrategias de topicalización en posición antepuesta.

---

<sup>15</sup> En concreto, solo en Mur-Dueñas (2012) hemos encontrado un listado concreto con todas las realizaciones diferentes para esta sub-categoría, mientras el resto de las investigaciones solo entrega ejemplos aislados.

Tabla 16: Casos de topicalizadores

Topicalizadores	El País Deportes	El País Política	Emol Deportes	Emol Política
En cuanto a	0,7	2,4	1,4	0,9
Respecto a	0,4	0,7	1,4	0,7
Con respecto a	0,3	0,0	1,0	0,3
en lo referente a	0,3	0,0	0,1	0,0
en relación a	0,3	0,1	0,0	0,0
al respecto de	0,1	0,0	0,0	0,0
En el caso de	0,1	0,0	0,0	0,0
En esto de	0,1	0,0	0,0	0,0
Sobre lo de	0,1	0,0	0,0	0,0
de acuerdo con	0,0	0,1	0,0	0,0
respecto de	0,0	0,3	0,0	0,1
En lo que respecta a	0,0	0,0	0,1	0,1
En lo que se refiere a	0,0	0,0	0,1	0,0
hablando de	0,0	0,0	0,1	0,0
referente a	0,0	0,0	0,1	0,0
Volviendo a	0,0	0,0	0,1	0,0
al respecto	0,0	0,0	0,0	0,1
de acuerdo a	0,0	0,0	0,0	0,1
en cuanto	0,0	0,0	0,0	0,1
referido a	0,0	0,0	0,0	0,1

### 8.2.8 Topicalizadores: análisis cualitativo

El orden de los constituyentes en español no se debe al azar, como en general se piensa, sino que existen condicionantes pragmáticas que determinan la aparición de cada una de las estructuras informativas (Silva Corvalán, 1984). En nuestro caso, dichos condicionamientos están relacionados con el tipo de información que se busca destacar y el origen de esa información. En el ejemplo 42), el topicalizador busca resaltar a otro usuario que ha comentado la noticia y no algún tipo de información escrita por el usuario, en la medida en que se entiende que son parte de una construcción discursiva que se realiza en conjunto, con rasgos similares a los que se encuentran en los intercambios comunicativos orales.

- 42) Moderador, ¿cuántas veces tengo que aguantar que este personaje me insulte? Quizás para usted no lo sea, pero para MÍ ser llamado facha es de lo más denigrante. Le ruego que cumpla con su trabajo. **Respecto a** ti, jimmyppapas, no sabes de lo que hablas, estás dando palos de ciego. A mí me la sopla lo que escriban del Barsa por que no lo leo. [...] (elpaís\_dep\_01\_08).



En general, el empleo de topicalizadores responde a la necesidad de destacar, pero al mismo tiempo, organizar el discurso en función de lo que ha señalado otro usuario en algún comentario anterior. Con esto, se busca ordenar el discurso colectivo, considerando cada aspecto al que se hace mención como parte de una respuesta que debe ser entregada. Así, se intenta organizar la propia intervención gracias al uso de topicalizadores, los que, incluso, podrían cumplir la función de ordenadores discursivos como en 43):

- 43) [...] **respecto a** que el balon de oro es una porqueríadiselo a Ronaldo, por la cara que puso en la anterior entrega me da que no., **Sobre lo de Florentino** es ya de chiste, ¿ya no te acuerdas de los "galacticos"? un presidente que se metió a fichar por cuenta propia y que así le fue, ahora en su segundo ciclo a escogido a Mourinho ( o mejor este le ha exigido ) como máximo responsable de todo en el Madrid, ah no, resul.lta que de la cantera es Toril el responsable y hay que darle caña también (elpaís\_dep\_20\_15).

Dicha necesidad por dar a conocer cierta armonía comunicativa al discurso en base a lo que ha puntualizado algún usuario anteriormente se intensifica a través de otros recursos textuales (como ordenadores discursivos), orientados a mantener una progresión temática que asegure la correcta interpretación de la función topicalizadora de la expresión introductoria, que facilita la inclusión de las unidades discursivas posteriores en un marco que encuadra y delimita las funciones pragmático-discursivas de la intervención, como en el ejemplo 44):

- 44) Si que es "raro" que se les considere "mayores de edad" para esto y menores para todo los demás: deberían rebajar la mayoría de edad y la emancipación para todo ¿no? **Respecto de lo segundo**, lo lógico es que el futuro de Escocia lo decidan los escoceses (nadie deja de ser "español", "fránces" o "inglés" por irse a trabajar fuera ¿por qué dejan de ser escoceses en la misma situación? (elpaís\_pol\_15\_04).

Asimismo, la topicalización opera sobre temas que han sido abordados ya no por otros usuarios, sino que la información que se desea topicalizar proviene desde el mismo *estímulo* que ha dado origen a la participación interactiva de los usuarios, es decir, la misma noticia, como se observa en los ejemplos 45) y 46). Llama la atención que el tópico resaltado provenga, efectivamente, de alguna información señalada con anterioridad, ya sea en la noticia o en los comentarios del resto de los usuarios. De esta manera, el funcionamiento del tópico se enmarca dentro de los contextos mismos que

posibilitan el género discursivo, en otras palabras, noticias junto a comentarios y no hay espacio para que se topicalicen segmentos textuales que forman parte de los conocimientos de cada participante.

- 45) [...] Dicho sea de paso, hoy Garcés es mucho más que Herrera. **Volviendo** al tema central, Sampaoli ha tenido sólo un año de éxitos y nada más, muy poco para ser el entrenador de nuestra selección. Hoy la U juega sólo regular, se le acusa de no tener capacidad de hacer goles, pero... que raro..., si en el clausura contrataron a los 2 goleadores del apertura, y de la noche a la mañana se les olvido hacer goles?, o será que Sampaolí no ha sabido sacarles rendimiento?.(emol\_dep\_17\_29).
- 46) [...] **En lo que respecta** al comportamiento de las entidades de la educación, el error ha sido de ambas partes pues efectivamente el gobierno fue incapaz de tomar las riendas de la educación y, por otro lado, el CruCH destacó como un ente incapaz de escuchar con su burocracia ilustrada, pedir disculpas públicas [...] (emol\_pol\_26\_20)

Por último, solo cabe destacar tal como se ha señalado anteriormente la importancia de la interacción entre los usuarios en el momento de organizar la estructura discursiva de las intervenciones, entendiendo que el empleo de topicalizadores responde a la necesidad de organizar la estructura discursiva del género en cuestión (ver ejemplo 47).

- 47) [...] lo curioso de todo esto es que segun la logica tuya y la derecha en si, es que michelle bachelet lo hizo muy mal y se fue con una evaluacion de su gobierno de un 84% y piñera segun ud es el mejor presidente de todos los tiempos!y solo tiene un 31% algo no cuadra ¿no le parece?ah y **en cuanto a** que los chilenos son weones ,a lo mejor tiene razon, esos mismos weo.. fueron que votaron por piñera el mas chanta de los presidentes¿que tal? [...] (emol\_pol\_4\_11)

### **8.2.9 Marcadores endofóricos: análisis cuantitativo**

Tal como se ha señalado anteriormente, se han considerado dentro de esta sub-categoría aquellos elementos que hacen mención a una referencia que se encuentra en el mismo comentario realizado, es decir, una referencia endofórica sin salir del marco textual del mismo comentario. Las frecuencias en ambos periódicos son bajas en comparación con las otras sub-categorías estudiadas hasta ahora (incluso más bajas que los topicalizadores) y, al mismo tiempo, más bajas que las señaladas en otras investigaciones. En concreto, en ambos periódicos hay frecuencias similares: 1,2 para El País y 1,3 para Emol, mientras que, por ejemplo, Hyland y Tse (2004) detectaron 23,4; Mur-Dueñas (2011), 36,3 y Li y Wharton (2012), 17,9. Dicho comportamiento se puede explicar por las diferencias genéricas entre los textos estudiados en las investigaciones mencionadas, ya que corresponden a ámbitos académicos que poseen sus propias normas discursivas dependiendo de la comunidad en la que se insertan.

Junto con lo anterior, la extensión de los documentos es un factor, a nuestro juicio, esencial en el momento de emplear o no esta sub-categoría, puesto que en un documento de mayor extensión (como un artículo de investigación) o duración (como en el caso de una presentación oral de una tesis doctoral) es necesario referirse con mayor detalle a aquellos elementos del discurso que han sido mencionados con anterioridad (referencia anafórica) o que serán mencionados posteriormente (referencia catafórica). Estos resultados, efectivamente, están relacionados con lo que se ha señalado en investigaciones que también han estudiado el metadiscurso en comentarios de periódicos digitales no masivos. En esta línea, González Arias (2014) señala que la frecuencia de marcadores endofóricos en su corpus es de 1,6, en concordancia con lo que se ha expuesto en nuestra investigación.

Por otro lado, en la Tabla 17, se muestra la frecuencia del uso de los marcadores endofóricos, en la que se puede apreciar que no existe una relación entre frecuencia y ámbito temático, ya que mientras en El País hay mayor frecuencia en política, en Emol la hay en deportes.

Tabla 17: Frecuencia de uso de los marcadores endofóricos en los sub-corpus

	El País		Emol	
	Deportes	Política	Deportes	Política
Marcadores endofóricos	0,6	1,7	1,9	0,5

Cabe destacar que los marcadores endofóricos que se consideran en este tipo de investigaciones se centran solamente en los que precisan alguna relación deíctica discursiva, en la medida en que se hace referencia a segmentos textuales dichos o por decir. Por tal motivo, los elementos empleados se focalizan en aquellos que representan un *lugar* dentro del discurso. Así, las más frecuentes resultan ser *aquí*, *esta otra* y elementos contruidos por medio de la partícula *siguiente*, como se observa en la Tabla 18.

Tabla 18: Casos de marcadores endofóricos

Marcadores endofóricos	El País Deportes	El País Política	Emol Deportes	Emol Política
<b>ahí</b>	0,14	0	0	0
<b>aquí</b>	0,14	0,7	0,3	0
<b>esta otra</b>	0,14	0	0	0
<b>siguiente</b>	0,14	0	0	0
<b>esta pregunta</b>	0,00	0,1	0	0
<b>esta web</b>	0,00	0,1	0	0
<b>este blog</b>	0,00	0,1	0	0
<b>Este es nuestro lugar en la web</b>	0,00	0,1	0	0
<b>estos documentos</b>	0,00	0,1	0	0
<b>Leer más</b>	0,00	0,1	0	0
<b>lo presente</b>	0,00	0,1	0	0
<b>siguientes palabras</b>	0,00	0,1	0	0
<b>este link</b>	0,00	0	0	0,1
<b>lo siguiente</b>	0,00	0	0	0,2
<b>acá</b>	0,00	0	0,5	0
<b>este comentario</b>	0,00	0	0,3	0
<b>este sitio</b>	0,00	0	0,1	0
<b>ESTO</b>	0,00	0	0,1	0
<b>lo primero</b>	0,00	0	0,1	0
<b>por las siguientes razones</b>	0,00	0	0,1	0
<b>siguientes</b>	0,00	0	0,2	0

### 8.2.10 Marcadores endofóricos: análisis cualitativo

Como se ha mencionado, la brevedad de los comentarios resulta ser la característica esencial que impide que los usuarios empleen los marcadores endofóricos. Ya Levinson (1983) señalaba que la función de la deixis discursiva, que es a la que hacemos mención en este caso, es la referencia a una porción del discurso relacionada con la posición actual del hablante en el discurso. Sin embargo, esta referencia puede establecerse con todo el comentario y no hacerse tan solo mediante un segmento del discurso, como se ve en los ejemplos 48) y 49):

48) [...] NO OLVIDEMOS LO QUE LE PASO FRENTE AL SAO PAULO EN BRASIL FUE PENOSO 5-0 Y CON BAILE, LOS CHILENOS NO SOMOS OBJETIVOS, NOS GUIA LA PRENSA Y EL FANATISMO ESTUPIDO SIN OBJETIVIDAD, A CASO NO EXISTE NINGUN DT CHILENO, NO - POR QUE NO SON RENTABLE, EL PAYASO DEL SAMPAOLI, SE PASEA IGUAL QUE EL BIELSA, IMITANDOLO, PARA LA GALERIA, ESO VENDE Y NOSOTROS LOS CHILENOS TODO LO MALO Y QUE VENGA DE AFUERA " LO COMPRAMOS", QUE LASTIMA, SE LLENAN DE US\$ TODOS NEGOIO REDONDO, ME DA ASCO LA SINVERGUENZURA, POR ESO NO VOY AL ESTADIO NI COMPRO CAMISETAS NI NADA, NO CON MI DINERO, NI MENOS DARLE LO MIO A UN EXTRANJERO, PREFIERO MIL VECES A UN CHILENO, GRACIAS POR LEER **ESTO**. (emol\_dep\_09\_09)

49) por fin se fue el cerdo aora jodieron tds esos pasteles la anfp tuvo q cortarlo pero con caleta de vergüenza y \$ergio jadue espero q se vaya a hacer otra cosa q vea los partido en la casita como todos los q les interesa la seleseccion no las \$ el unico partido q el puede sentirse dueño de este juego es en el pes . sampa a la seleccion no q siga haciendo historia con los muchachos q se traigan a el tata martino ese viejo quizas ayude en algo y porseaka a brasil 2014 sueñen ya es muy drastico el cambio aora. lo deberían haber echado cuando perdimos con los venezolanos sobraos en la copa américa. ojala **este comentario** lo lean tds esos corruptos q piensan en sus puras \$

Asimismo, el marcador endofórico cumple la función de concentrarse en una porción concreta del discurso que lo prosigue. En el ejemplo 50), además, se puede observar de qué manera la construcción discursiva de los comentarios se considera como parte de una *conversación* que involucra a los demás comentarios, en donde aquello que se referirá (adelantado por la expresión *lo siguiente*) es una cita extraída de un comentario anterior de un usuario.

50) Dando lecciones de coherencia justamente quien no se escandaliza nunca. ¿Con qué autoridad moral puedes decir eso después de escribir hace bien poco **lo siguiente**?: "Es muy fácil extraer estas frases sacadas de contexto y construir un titular goloso. Yo esperaba algo más de este periódico. No conozco de nada a la Sr. Tarrés pero creo que los lectores nos merecemos un mejor estilo periodístico y algo más de respeto para nuestra inteligencia". Si donde pone Tarrés pusiese Diego Torres nos estarías diciendo improperios como los que nos has dedicado. (elpaís\_dep\_02\_06)

Puede darse el caso, también, de que el marcador se refiera a un momento específico del comentario, es decir, a la misma posición a la que el elemento haga mención y no a algún segmento discursivo posterior o anterior (como en 51).

51) Yo pensaba que el 11 de septiembre iba a ser un día festivo y de protestas contra todo lo que ha hecho y está haciendo el Gobierno de Cataluña (deuda de 42.000 millones de euros, rescate de 5.423 millones de euros, sueldo de Mas superior al del Rey, 131 cargos de gente de partido que cobran entre 60.000 y 110.000 euros anuales y que representan un gasto sólo en la estructura del Gobierno de 9 millones de euros anuales, el tanto despilfarro inútil que hay por los cuatro costados, y los muchos recortes en sanidad, educación y servicios sociales... y me paro **aquí** para no alargarme, y resulta que el tío para que no se vaya contra él la LÍA con la independencia. (elpaís\_pol\_13\_16)

Por último, cabe destacar el potencial rol de estructurador de la información que podría llegar a cumplir un marcador de esta índole, al organizar, como se ve en los ejemplos 52) y 53), el contenido posterior. Esto implica, incluso, la necesidad de la utilización de ordenadores discursivos para asegurarse de que la información sea transmitida de manera efectiva y eficaz.

52) [...] Sampaoli es el candidato natural por las **siguientes razones**: Conoce a nuestros jugadores, conoce el medio nacional y Sudamericano y por último, su forma de ver el fútbol es muy parecida a la de Marcelo Bielsa. Ahora, se está metiendo en las patas de los caballos, tomando una selección que no juega a nada, y el proceso de Sampaoli, toma tiempo, partiendo por un reacondicionamiento físico que les permita a sus jugadores llevar un partido al ritmo que él le impone. (emol\_pol\_10\_21)

53) [...] El ministro dice que las del CRUCH entregan mayores aportes "valiosos como investigación y producción de bienes públicos", pero estos no los entregan gratuitamente al país; de hecho bastaría revisar **lo siguiente**: a) sismología en Chile, desde cuando los datos de

los terremotos están disponibles para el resto de las comunidades académicas del país; b) los profesores de jornada completa, lo son realmente? c) los memoristas son pagados por proyectos de las universidades y trabajan en consultoras de algunos profesores de "jornada completa [...] (emol\_pol\_20\_13).

Por último, no se observaron casos particulares en ninguno de los 4 sub-corpus que pudiesen interpretarse como motivados por la variedad dialectal de los usuarios.

### **8.2.11 Marcadores exofóricos: análisis cuantitativo**

Los marcadores exofóricos que han sido considerados para los efectos de nuestro estudio se identifican con aquellos que hacen mención a una referencia al contexto espacio-temporal inmediato (o también denominado *contexto de situación*) en el que el texto se realiza, efectivamente, por medio de la deixis u otro mecanismo (Gardner y Luchtenberg, 2000). En este sentido, si consideramos, como lo hemos hecho hasta el momento, que los comentarios de noticias pertenecen a un género híbrido en el que su interpretación debe llevarse a cabo entendiendo la noticia y los comentarios como un todo complementario (Bruce, 2011), el contexto al que pueden hacer referencia los marcadores exofóricos está comprendido por todos los elementos que rodean y motivan el comentario al cual pertenecen. Como se ha mencionado con anterioridad, esta subcategoría no se encuentra dentro del repertorio tradicional de estrategias metadiscursivas que se estudian comúnmente (cf. Hyland, 2005; Mur-Dueñas, 2011) y nos parece esencial considerarla, puesto que se constituye como una estrategia retórica que permite relacionar de manera efectiva el contenido de cada comentario con su contexto situacional inmediato, es decir, la noticia y el resto de los comentarios.

En el corpus estudiado, es posible determinar que existe, de hecho, una diferencia importante en el uso de los marcadores exofóricos en ambos periódicos (ver Figura 23) por parte de los escritores españoles y chilenos. Mientras para el caso de Emol solo se reportan 2,7, para El País se detectan 7,2.

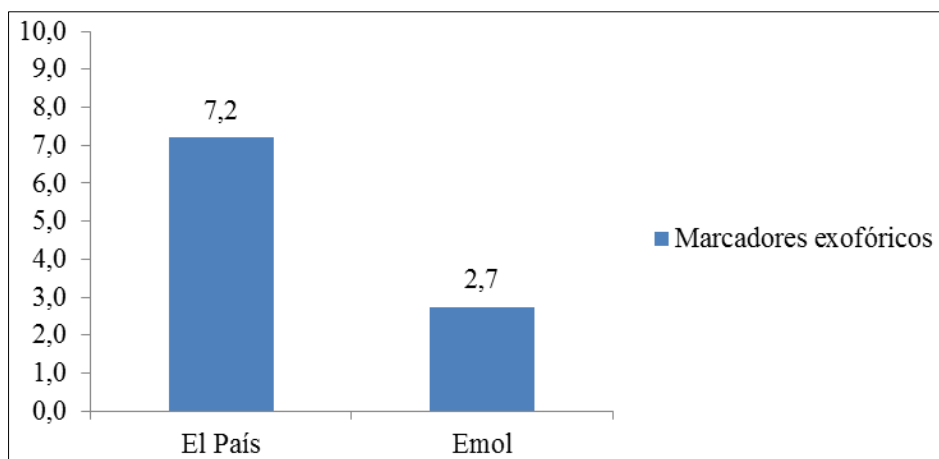


Figura 23: Gráfico de frecuencia de marcadores exofóricos por periódico

Esta diferencia entre los dos periódicos podría ser explicada por la plataforma que emplea cada periódico para que los usuarios comenten, ya que consideramos que incide en la cantidad de referencias externas al comentario que se realizan. Por un lado, El País utiliza *Eskup*, una aplicación desarrollada por el mismo periódico que se inserta dentro de cada noticia para que los usuarios comenten. En la Figura 24, se puede observar un ejemplo de comentario en *Eskup* con ejemplos de marcadores exofóricos (*la crónica*). En ésta, se visualiza que la estructura visual y organizacional de los comentarios está muy relacionada con la estructura misma que tiene la página web de la noticia, es decir, se mantiene una idea y un patrón general que incorpora los comentarios de los lectores dentro del tema de la noticia de forma efectiva. Con esta congruencia, se logra que la participación ciudadana pueda sentir y entender que la noticia en sí y el conjunto de comentarios –que constituyen una especie de *conversación*– (en la medida en que comparte una serie de rasgos con la conversación oral) son parte de un mismo género discursivo que fomenta la interacción entre sus partes.

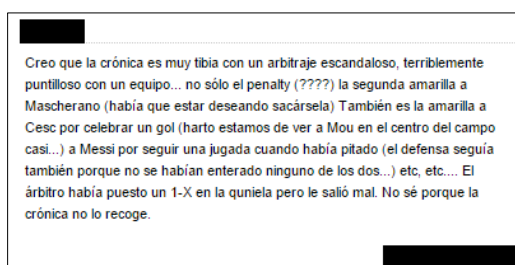


Figura 24: Ejemplo de comentario en Eskup de El País



Por otro lado, Emol emplea *Facebook* para que los usuarios comenten las noticias, como se observa en la Figura 25.



Figura 25: Ejemplo de comentario en Facebook de Emol

Emol, al emplear *Facebook* como plataforma para comentar, está creando una distancia organizacional entre la noticia y la sección destinada a los comentarios. La estructura general de la noticia no se relaciona con las características que adopta posteriormente la sección interactiva propuesta para los comentarios desde ninguna perspectiva. Por ejemplo, hay diferencias tipográficas, de color, de uso de las imágenes, etc. Si fuera estudiado en su conjunto el contenido de la Web en cuestión (tal como lo entiende Herring, 2010) arrojaría resultados que demostrarían la diferencia que existe entre los diferentes constituyentes de este género discursivo.

En concreto, creemos que, si bien en este caso el uso de *Facebook* como plataforma interactiva que fomenta la interacción entre los usuarios y la prensa cumple con creces su función, la concepción de género híbrido, tal como la entiende Bruce (2011), resulta insuficiente después de los resultados expuestos hasta ahora. En este sentido, los investigadores, que han estudiado los comentarios digitales a las noticias no se cuestionan sobre la naturaleza misma de las plataformas que incentivan la interacción y de qué manera éstas podrían llegar a influir o no en la construcción conjunta que se hace del discurso (cf. Pérez-Sabater, Peña-Martínez, Turney y Montero-Fleta, 2008; Montero-Fleta, Montesinos-López, Pérez-Sabater y Turney, 2009; Bruce, 2011; González y López, 2013; Arancibia y Montecinos, 2013; González Arias, 2014). Por lo tanto, estudiar el discurso digital, en general, y los comentarios de noticias, en particular, sin juzgar los rasgos esenciales (como lo indica Herring, 2007) que podrían definir y explicar una serie de comportamientos por parte de los usuarios, implica obviar los rasgos naturales del género, por lo que las interpretaciones potenciales resultan incompletas e insuficientes. Dicho lo anterior, este tipo de contenido digital debe ser

comprendido no tan solo como un enorme repositorio para hacer investigaciones de carácter lingüístico, sino que deben ser entendidos y analizados en cuanto a un constructo cultural que adquiere significancia a partir de la apropiación que los usuarios hacen de ella. Esta interpretación está en consonancia con lo planteado para otro tipo de redes sociales (pero que demuestra la necesidad de integrar los rasgos propios de la CMO), como *Youtube* por Androutsopoulos y Tereick (2016, p. 356): “What we see on any Youtube page is neither just audio-visual content nor just a thread of comments, neither just image nor language, but rather a complex configuration of semiotic components”.

En cuanto a la presencia de marcadores exofóricos según los ámbitos temáticos, los resultados muestran (ver Figura 26) que no habría una relación que se pudiera establecer al respecto.

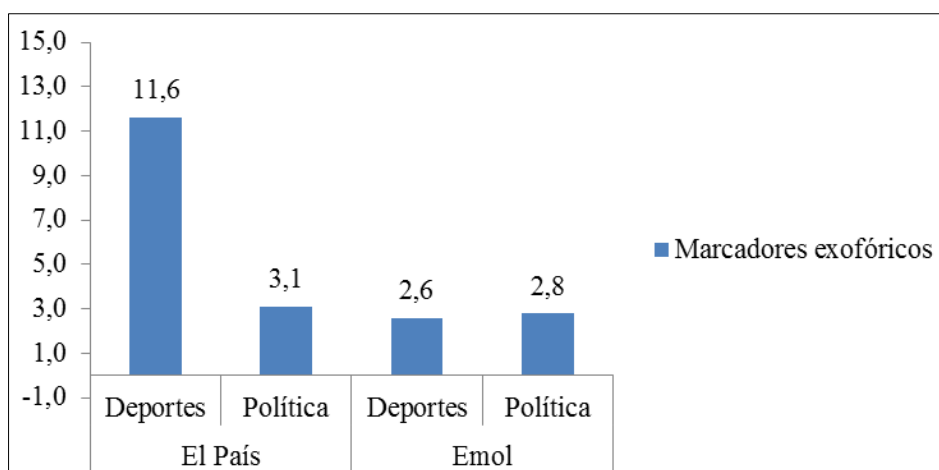


Figura 26: Gráfico de marcadores exofóricos por periódico y ámbito temático

Además, los casos más frecuentes se identifican con especificaciones de lugar como *aquí* o *acá* (este último aparece solo en el caso de Emol) o diferentes acepciones para la noticia (*artículo*, *crónica*, *sección*) o el apartado destinado para los comentarios (*foro*, *blog*, *muro*). El detalle de los casos normalizados se puede ver en el Anexo 2.

### 8.2.12 Marcadores exofóricos: análisis cualitativo

Estos marcadores implican que las entidades a las que se están refiriendo son posibles de reconocer desde el contexto externo a cada texto, en este caso, desde cada comentario (Halliday, 2014). Las referencias exofóricas no contribuyen a la cohesión interna de cada comentario, sino que se constituyen como un elemento más que aporta a la creación de una coherencia global, coherencia que se forma a partir de las relaciones que se establecen con los diferentes actores textuales externos.

De esta manera, tal como se ha descrito anteriormente de forma sucinta, los marcadores exofóricos pueden apuntar a diversos referentes. En primer lugar, en el ejemplo 54), se observa que los usuarios pueden hacer mención a otros comentarios, con el fin de articular una discusión en función de la información recogida anteriormente:

- 54) **El primer comentario** lo define bien... Por España pasán más de 50 millones de turistas al año además de la retransmisión de la Liga a nivel mundial, resúmenes e imágenes de la de segunda y los únicos que sacan beneficio de ese turismo o de esta globalización es el clásico dúo Madrid-Barcelona, pero no su proyección internacional sino porque los demás equipos limitan su imagen a España o Europa cuando en realidad son equipos globales [...] (elpaís\_dep\_26\_14)

Asimismo, en el caso 55), el conjunto de comentarios es motivo de relación entre el contenido que se está emitiendo en el comentario en concreto con el contexto externo, donde el lector entiende que la serie de comentarios constituye una totalidad con naturaleza propia que cumple una función particular:

- 55) hay que recordar que mas del 70% de **estos comentarios** no son opiniones reales, son gente que les pagan para opinar con el fin de desvirtuar a los movimientos sociales, en general es gente con nombres ficticios, u gente ligada a la derecha pero de muy baja educación, si se dan cuenta las opiniones son solo insultos, o palabras feas por decirlo menos, por lo menos en este debate la mayoría pertenece a este grupo. (emol\_pol\_19\_04).

La sección que permite los comentarios en cada periódico también es objeto de referencia. Es interesante destacar las diferentes denominaciones a través de las cuales los usuarios aluden a una misma realidad, como se desprende de los ejemplos 56) y 57):

- 56) Dale con la alta velocidad en la conexión central. Para el transporte de viajeros ESTÁN LOS AVIONES ¿no? y España tiene una gran compañía IBERIA, que el acuerdo con BRiTiSH- AIRWAYS son la primera compañía europea en tráfico de viajeros. ¿Qué os pasa?; ¿desde lo que Spain Air , y el gran despilfarro de dinero público, no usáis aviones? ; ¿el nacionalismo afecta a las conexiones neuronales?. Me voy de **este foro**, por si acaso es contagioso. (elpaís\_pol\_18\_10).
- 57) [...] RESPECTO A LA MANERA DE JUGAR Y LOS LESIONADOS DE LA SUPER "U" SEPAN QUE LE ESTÁN HACIENDO LA CAMA AL ENTRENADOR...PORQUE LOS CHUNCHOS SON TRAIADORES Y SIEMPRE LO SERÁN. ARRIBA CHILE ARRIBA LA SELECCIÓN ABAJO LOS MARICONES QUE ESCRIBEN EN **ESTE BLOG** Y QUE LO ÚNICO QUE HACEN ES PERJUDICAR AL FÚTBOL CHILENO. (emol\_dep\_3\_14).

En este caso, los apelativos *foro* y *blog* son aquellos que se relacionan más estrechamente con las primeras conceptualizaciones del término, es decir, con las primeras formas de CMO descritas antes de la aparición de la Web 2.0. Dichas denominaciones se condicen con lo planteado por Herring (2013) quien identifica este tipo de géneros como *reconfigurado*, en la medida en que mantiene características provenientes de la Web 1.0, pero que se han adaptado a las nuevas necesidades de los usuarios. Con lo anterior, se refuerza la noción de que las primeras denominaciones de los géneros discursivos en la Web son las que se mantienen en los usuarios, quienes hacen uso, indistintamente de ellas. Sin embargo, existiría cierta confusión en el empleo de los términos, al usarse algunos provenientes de las mismas plataformas que proveen el servicio de comentarios. En el caso del ejemplo 58), se utiliza el término *muro* para identificar el segmento orientado a comentar las noticias. Con esto, se manifiesta la variabilidad en el uso de los términos debido a la permeabilidad que adoptan las formas de comunicación en la Web 2.0.

- 58) solo los anarcos APOLITICOS (sin color politico) antisistemicos con genes de piratas lo defienden. un día me toco dialogar por aca con uno de esos bichos raros, impresionante, apoyan el robo a bancos, apoyan el asesinato a carabineros, osea estamos hablando de antichilenos que deben ser fusilados porque libres seguiran matando. Literalmente son enemigos de la patria, de esa patria que tanto la privatizaron, pero es patria igual. ojo! que no estoy generalizando y metiendo a todos en el mismo saco como acostumbran hacerlo **en este muro**, son unos puñados que manchan la cultura que representan. (emol\_pol\_02\_02).

En cuarto lugar, la misma noticia que ha servido como estímulo para la participación ciudadana es materia de mención en los comentarios, en el sentido de que para la construcción de una coherencia discursiva global, es necesario contextualizar a partir del impulso informativo, como en los ejemplos 59) y 60):

59) Desde luego El País parece dispuesto a jugar en la liga del sensacionalismo más burdo. No parece increíble que la selección causara algunos desperfectos en sus apartamentos, pero ¿quién y cómo se valoraron esos daños? ¿por qué no se ha sabido hasta ahora? ¿tiraron los muebles por la ventana y alquilaron un bulldozer para llevarse la Villa Olímpica por delante?. Sin conocer esto **la noticia** aparece más bien como un intento bajo y profesionalmente deleznable de arrojar porquería sobre un icono deportivo. Periodismo amarillo del peor. El País esta cavando su propia fosa al menos en el terreno del rigor y la calidad de sus informaciones. (emol\_pol\_09\_07).

60) [...]Lo que no aclaran es si consideran que Bruselas impondrá un gobierno de tecnócratas o si el desgaste obligaría a un recambio en el seno del propio PP. Además en **el artículo**, tras un duro repaso a los errores económicos del país en los últimos años, cita algunos de sus puntos fuertes como su capacidad turística o potentes multinacionales, y apuntan que el problema no es tanto de solvencia de su deuda soberana como de liquidez, “en particular sus bancos”. (elpaís\_pol\_30\_09).

Además, algunos usuarios insisten en el hecho de referirse a elementos externos ya sea a la noticia o a la sección de comentarios. En concreto, hay menciones a entidades que sin ser parte del género discursivo reconocido (noticia y comentarios), sí son parte del contexto inmediato que lo articula y que resultan indispensables para su interpretación en general. Así, por ejemplo, se establecen relaciones con el *periódico*, entendiéndolo como una unidad que tiene características conocidas por los usuarios y que influyen en la construcción del discurso en común. A partir de estas realizaciones, es posible inferir las posturas de los usuarios frente a la posición del periódico en estas materias, como se refleja en los ejemplos 61) y 62):

61) **Este diario** publicó un editorial en vísperas del partido apelando a la sensatez, hoy publica, con gran asepsia, un comentario sobre lo ocurrido con esto de la independencia. Que un partido de fútbol se convierta en algo mas y se utilice con fines políticos de forma tan descarada debería ser algo a considerar como muy grave ¿qué pasará cuando el Barcelona juegue en Madrid? [...] (elpaís\_dep\_03\_05).

- 62) Noticias que no interesan publicar en **este periódico**.-‘Faisán’: Ruz procesa a Pamies y Ballesteros por colaboración con banda armada. Yo creo que estos dos, a los que han puesto como cabezas de turco de Rubalcaba, no se conformarán y hablarán. Creo que dirán la verdad de quein fueron los verdaderos autores, los que mandaron dar el “CHIVATAZO” (elpaís\_pol\_16\_09).

Por último, en cuanto a potenciales divergencias ocasionadas por el uso dialectal del español en el uso de ciertos marcadores exofóricos, solo cabe destacar las diferencias que se encuentra con los deícticos *aquí* y *acá*, puesto que mientras el segundo se encuentra exclusivamente en los comentarios realizados en Emol, el primero se concentra más en El País (aunque también hemos encontrado casos en Emol). Esta mayor frecuencia en el uso de *acá* en Emol –más allá de posibles divergencias semánticas que se puedan identificar con el ámbito espacial (cf. Maldonado, 2013)– se corresponde, de hecho, con la distribución que se documenta en diferentes corpus de referencia de la lengua española, en donde el uso de *acá* es más común en distintas variedades del español latinoamericano (Real Academia Española de la Lengua, 2015). A continuación, se exponen algunos casos en los que se emplean estos términos (63).

- 63) [...] Pero estoy seguro de que no me pierdo de ninguna frase de bronce ni de alguna maravilla argumentativa. **Acá** en EMOL obviamente está repleto de gente de derecha, muchos de los cuales entregan buenos argumentos y uno termina aprendiendo de sus planteamientos [...] (Emol\_pol\_10\_01).
- 64) Aquellos que opinan mofándose del tema, no tienen idea de lo que realmente paso en los cuarteles, muchos de los ex-militares o ex-soldados conscriptos, tenemos trabajos estables y bien remunerados, no somos flojos ni chupa-sangres como muchos de los "empresarios, emprendedores" que opina **acá**. [...] (Emol\_pol\_05\_01).

### 8.2.13 Marcadores fáticos: análisis cuantitativo

Específicamente, en el corpus estudiado, es posible identificar grandes diferencias en el uso de esta sub-categoría, si se comparan los resultados generales de los dos periódicos. En la Figura 27, se observa que mientras en El País de España se encuentran 27,6 casos en el caso de Emol solo 7,5.

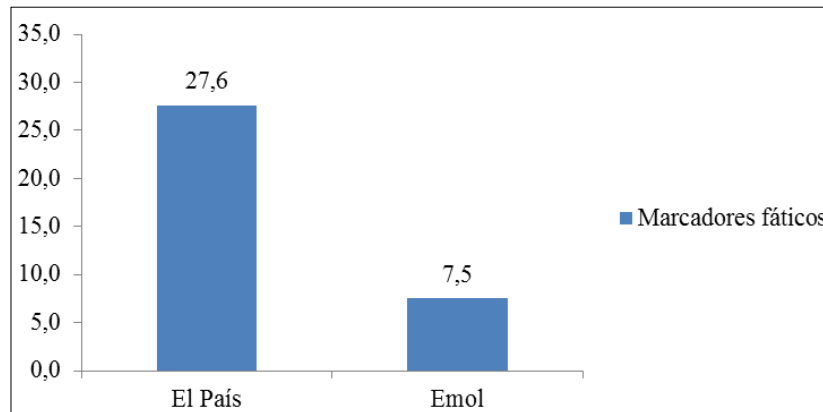


Figura 27: Gráfico de frecuencia de marcadores fálicos por periódico

Estas diferencias pueden ser interpretadas a través de las funciones que intentan cumplir desde su concepción las plataformas que se utilizan para insertar comentarios en cada periódico. Eskup, la plataforma empleada en El País, tal como se ha especificado anteriormente, se define como una red social que, dentro de sus funciones, permite la conversación entre las personas. Junto con lo anterior, posee dos modalidades de visualización e interacción en forma de comentarios: la primera de ellas se relaciona solamente con comentar bajo la noticia y los comentarios se despliegan de forma cronológica a lo largo de la página (ver Figura 28).

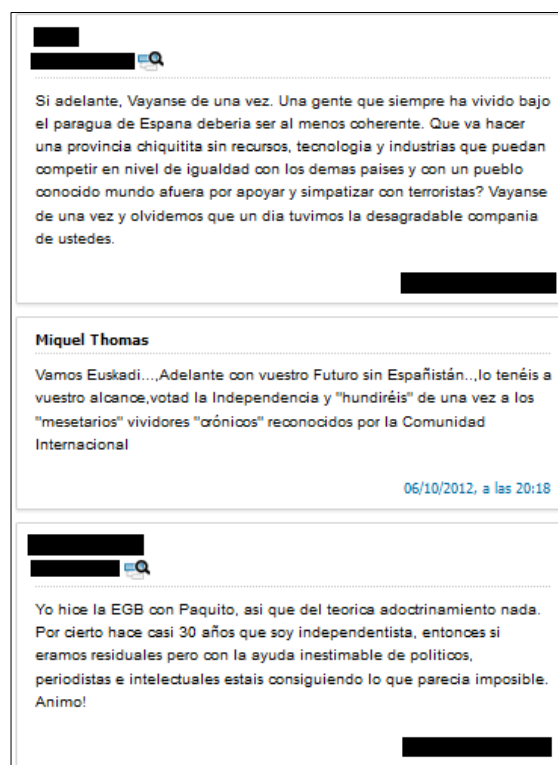


Figura 28: Disposición de los comentarios en la sección de noticias

Sin embargo, la aplicación cuenta con otro mecanismo, muy diferente al ya señalado, para visualizar e interactuar con los demás usuarios, que se puede observar en la Figura 29. En éste, las intervenciones se organizan y se muestran en función de los comentarios, más allá de la noticia, es decir, en dicha representación toma lugar una visualización de los contenidos más cercana a un foro de debate que a comentarios sobre un estímulo en concreto. Así, las características tecnológicas de la plataforma Eskup (en la cual se promueve y facilita la interacción a partir del contenido noticioso) incidirían en el mayor uso de este tipo de estrategias en el diario El País. Lo anterior se refuerza por los resultados obtenidos en Emol, en el cual los marcadores fáticos se presentaron en una menor cantidad en comparación con El País. Cabe recordar que, como se ha indicado para el caso de los marcadores exofóricos, el hecho de que sea Facebook el mecanismo a través del cual lleven a cabo los comentarios, provocaría una confusión en los lectores, puesto que se están mezclando características propias e inherentes de Facebook en las intervenciones de los usuarios.

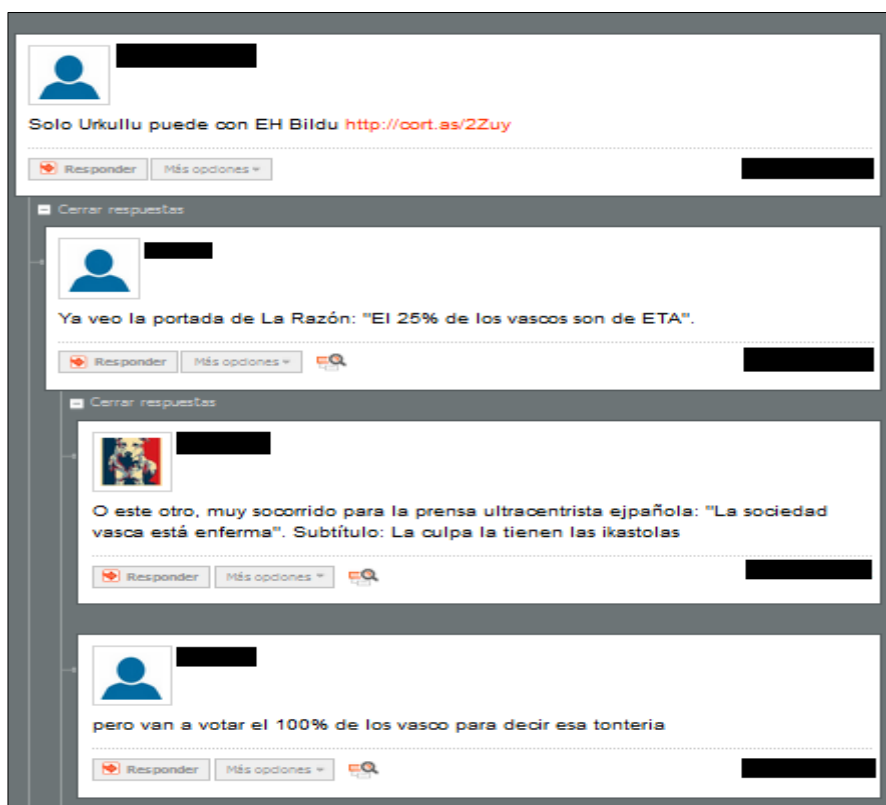


Figura 29: Ejemplo de disposición de los comentarios en Eskup (modo conversación)

Por otro lado, en cuanto a la distribución de los resultados considerando el ámbito temático en el que se insertan, por medio de lo que se enseña en la Figura 30, no sería posible determinar que hubiera una influencia de estos en la realización de esta sub-



categoría. La distribución de los elementos encontrados en el caso de Emol fue prácticamente la misma en los dos ámbitos (7,4 en deportes y 7,7 en política); en El País hubo una mayor presencia en los comentarios relacionados con el deporte (29,4 en deportes y 25,8 en política).

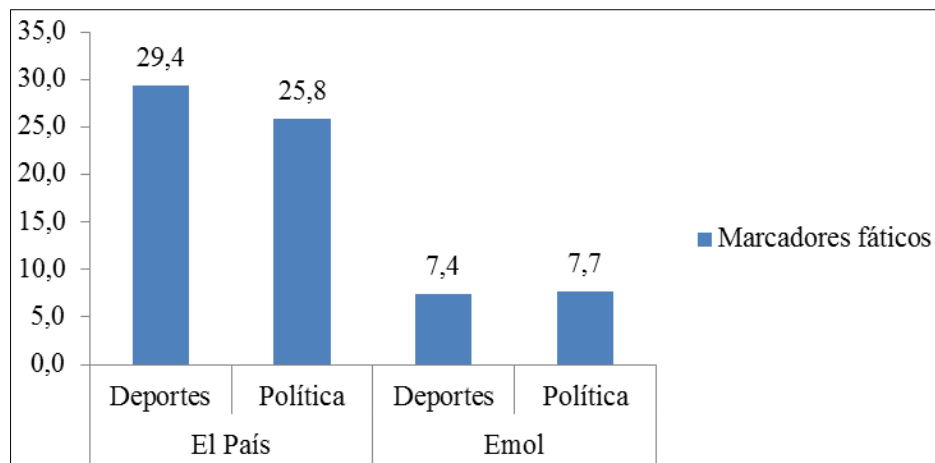


Figura 30: Gráfico de marcadores fáticos según periódico y ámbito temático

Por último, en el Anexo 3, se pueden apreciar las diferentes realizaciones etiquetadas en esta sub-categoría. En él, se observa que el elemento más frecuente es el marcador *bueno* (en los 4 sub-corpus) y *pues* principalmente en los sub-corpus del diario El País. En relación con los elementos encontrados, se pudieron contabilizar 90 maneras diferentes de mantener del canal comunicativo.

#### 8.2.14 Marcadores fáticos: análisis cualitativo

En concreto, los marcadores fáticos que hemos encontrado en nuestro estudio pueden estar dirigidos hacia distintas direcciones. En primer lugar, el uso de *bueno* como iniciador del comentario y, al mismo tiempo, organizador del comentario en cuanto a lo que el usuario considera más relevante de destacar, como se aprecia en los ejemplos 65) y 66):

- 65) **Bueno**, en Euzkadi se quemó alguna bruja que otra por hacer aquelarres, pero nada que ver con las que se quemaron en Flandes y muchos principados alemanes, aquello fue un genocidio!, mucha de la fama de la inquisición se debe a la leyenda negra difundida por ingleses y holandeses, envidiosos de las posesiones españolas en América (con muchos de vascos de adelantados por cierto) [...]. (elpaís\_pol\_01\_03).

- 66) **Bueno**.... parece que tenía razón el ministro no? Creo que el problema, como muchas veces se ha dicho, viene de más abajo. De la educación básica y media. Pero es algo más complejo que la calidad de la institución únicamente. Te aseguro que pones en el mejor colegio de Chile a un niño que viene de una familia con problemas, que no ha sido adecuadamente educado en su hogar sobre el valor del esfuerzo, disciplina y trabajo duro.... Y su resultado no va a ser bueno tampoco [...] (emol\_pol\_26\_09).

El uso de *bueno* está intensificado por otro marcador fático, como *a ver*, como se aprecia en el ejemplo 67):

- 67) **Bueno a ver**, en primer lugar lo repito el boicot lo promovió Rovira con sus declaraciones, y ningún partido o político del estado lo apoyo sino que fue una reacción de la sociedad a una actitud que no gusto nada, algunos deberían haber estudiado más física a l'escuela...en segundo lugar sobre el boicot a productos españoles, solo recordarte las declaraciones del consejero de agricultura catalán hace poco tiempo sobre el rioja "Si entramos en un restaurante y consumimos vino de La Rioja no estamos ayudando al empresariado catalán"...tu lo llamas patriotismo yo lo llamo irresponsabilidad y boicot [...] (elpaís\_dep\_04\_26).

Estas estrategias están íntimamente emparentadas con las marcas regulatorias de inicio que han sido descritas por Briz (2001), quien las define como:

[...] el papel que algunas [...] fórmulas desarrollan al principio de una intervención iniciativa o reactiva o de una secuencia de la conversación. Frecuentemente, se les ha asignado un papel retardatorio; una especie de pausas que permiten ganar tiempo para pensar y 'planificar' lo que se va a decir a continuación, elementos que rellenan espacios vacíos cuando el hablante inicia un discurso [...] (p. 211).

En esta línea, el autor señala que el marcador *bueno* es uno de los más típicos de la conversación coloquial en español. Asimismo, en este contexto, el uso del marcador *pues* cumple una función similar a *bueno*, como en 68):

- 68) **Pues** más de 6 millones no se manifestaron, ¡También habrá que escucharlos! Yo pensaba que el 11 de septiembre iba a ser un día festivo y de protestas contra todo lo que ha hecho y está haciendo el Gobierno de Cataluña (deuda de 42.000 millones de euros, rescate de 5.423 millones de euros, sueldo de Mas superior al del Rey, 131 cargos de gente de partido que cobran entre 60.000 y 110.000 euros anuales y que representan un gasto sólo en la estructura del Gobierno de 9 millones de euros anuales [...]) (elpaís\_pol\_13\_16).

Ahora bien, específicamente en los sub-corpus del diario El País, es posible encontrar composiciones a partir de la partícula *pues*, como *pues bien*, con valores equivalentes a los ya señalados, como en 69):

- 69) Cuando los payasos de As., Marca y algunas cadenas televisivas inflan hasta la extenuación noticias del Barcelona (sobre todo del Barcelona, cuando un tal Quique Guash insulta desde esas páginas a diestro y siniestro, cuando corean lo de "teatros" y disculpan salvajadas como las de Pepe, cuando descalifican árbitros, títulos, entrenadores y entidades afines al fútbol solo porque les han mojado la oreja no sale nadie del Madrid hablando de partidismo, de mentiras, de odios hacia el equipo que les hace sombra, entonces todo vale. **Pues bien**, tendrán que aguantar que les midan con la misma vara, que les saquen los colores por un entrenador fulero que menos de fútbol habla de todo para ocultar sus propias carencias, por un presidente que usa el club para sus fines y al que el madridismo adora por su especial relación con "el poder" y porque teme que dejada a su libre albedrío como entidad privada se acabarían las vacas gordas o al menos no lo serían tanto. Vamos que cada cual habla según le va en la fiesta....como siempre. (elpaís\_dep\_22\_13)

Además, el empleo de interjecciones monosilábicas como *ah* (y sus variantes como *ahh!* o *ahhhhhh*) provenientes del español conversacional coloquial son frecuentes en nuestra investigación, pero presentan valores pragmáticos diferentes. Así, en 70) y 71) cumplen una función similar a la especificada para los marcadores *bueno* y *pues* anteriormente descrita.

- 70) **ah**, si le da igual escribir como el culo, sólo porque uno ahorre letras al escribir, su cosa es. la falta de una inteligencia mínima en personas totalmente ajenas a mi vida me es totalmente indiferente. la historia de España ha tenido muchas sombras, pero prefiero eso a ser una persona tan lúgubre como usted [...] (elpaís\_pol\_10\_01).

- 71) [...] estas muy equivocado pelado la presidenta michell bachelet no tiene como carta de presentación su simpatía sino un gobierno en su haber, del cual al término de su gestión se fue con un 84% de evaluación, la más alta obtenida por gobierno alguno! cosa que no puedes decir de tu gobierno de "excelencia" que con Cueva llega al 31% con margen de error de un 3% es decir 28% reales, lo curioso de todo esto es que según la lógica tuya y la derecha en sí, es que Michelle Bachelet lo hizo muy mal y se fue con una evaluación de su gobierno de un 84% y Piñera según Ud es el mejor presidente de todos los tiempos! y solo tiene un 31% algo no cuadra ¿no le parece? **ah** y en cuanto a que los chilenos son weones, ¿a lo mejor tiene razón, esos mismos weones fueron que votaron por Piñera el más chanta de los presidentes? ¿que tal? [...] (emol\_pol\_04\_11).

Con respecto a realizaciones que difieren en los sub-corpus que se corresponden con cada variedad del español, es decir, El País con España y Emol con Chile, se pueden ilustrar las diferencias con ejemplos específicos. En el caso de El País, se encontraron casos más identificados con la variedad peninsular del español como *hombre*, *coño*, *joder*, *venga*. Se pueden encontrar valores semejantes a los ya mencionados, como en los ejemplos 72) y 73).

- 72) **Hombre** aquí un señor que vive libre de leyes o mejor que la Ley es Ley si le interesa, de lo contrario no. Cuando se redactó la Constitución de siete juristas suficientemente capacitados dos eran catalanes (Roca Junyet (CiU y Solé Tura (PC Cataluña). Posteriormente la aprobación de la misma, EN EL Congreso de los diputados, contó con los votos del "Pacte Democràtic per Catalunya", 11 diputados (todos los partidos excepto los extremistas de izquierdas) [...] (elpaís\_pol\_10\_18).
- 73) **Coño**, no entiendo nada. Con lo orgulloso que estoy de Alonso y de de la Rosa. porque son geniales y porque son españoles. Como se nota que esta piara de entendidos que echan pestes de lo propio están bien se tácitos en la placidez del sofá y no a 9000 Km. de distancia como yo. Vergüenza tendrían que sentir desafiando a un campeón que esta paseando nuestra bandera por todo el mundo.(elpaís\_dep\_18\_06).

Sin embargo, los mismos elementos pueden presentar ciertos atributos de expresión de intensificación, como en el ejemplo 74), en donde *coño* ya no cumple una función introductoria, sino más bien al contrario, cumple la función de cerrar el contenido del comentario y, además, intensifica dicho cierre.

- 74) [...] Lo que no se puede hacer es, por un lado, esgrimir la libertad de elección educativa de los padres para lo que interesa y cercenarla cuando no, y por el otro, limitar la libertad de elección de los padres esgrimiento la defensa de la lengua vernácula. Se joden los dos, los nazionalcatólicos porque la ley apoya a los padres que quieren que la lengua vehicular de sus hijos sea el catalán, y los nazionalistas porque la misma ley protege el derecho de los padres que así lo deseen a elegir como lengua vehicular el castellano. Y se acabó el duro... la sentencia es del TSJC de septiembre de 2011. A respetarla por parte y parte, **coño** (elpaís\_pol\_19\_24).

Por otro lado, en el caso de Emol, se reconocen expresiones propias de la variedad chilena como *chuta*. Según el Diccionario de Uso del Español de Chile (Academia Chilena de la Lengua, 2010), esta forma es una variante de *chuata*, expresión que

“expresa enojo o sorpresa, o bien una mezcla de ambos”. En nuestro corpus, se identifica con una expresión más de sorpresa que de enojo, pero con una intención intensificadora (ejemplo 75).

75)[...] Solo se educan nuevos empleados que aspiran a un mejor sueldo en una buena empresa..... Todo mal Ni hablar de la "burbuja de precios" en cuanto al pago de muchos profes de las Ues estatales incluso, una millonada y con cargo fijo, asegurado, casi vitalicio..... (hablando de igualdad de oportunidades) Y qué hablar de la Investigación y Desarrollo... (I+D) En Chile hay algo así como el 8% de las patentes por año comparado con USA, algo así como 8.000 por año, en USA casi 90.000 al año!!!! Qué rol (o responsabilidad) les cabe en todo esto???????????????? Intocables Como todo el team de Valpo. o los que usan peluca y un martillo de madera, nadie los puede criticar Cero aporte Son parte del problema parece Y son los con mejor preparación y cultura del país..... **Chuta**, qué queda para el resto

Al mismo tiempo, se reconocieron expresiones identificadas no tan solo con la variedad chilena del español, sino que resultan transversales a diferentes variedades latinoamericanas del español, como *pucha*, que según la Academia Chilena de la Lengua (2010) mantiene el mismo significado que *chuta*. Sin embargo, en el ejemplo 76), junto con esta, cumple una función iniciadora, en la misma línea de *bueno* y *pues*.

76) **Pucha**, se me cayó Sampaoli ....Soy muy simpatizante de la U, y encuentro que Herrera es el mejor arquero que tenemos en Chile, pero también encuentro que no porque un gallo sea famoso se le vá a perdonar algo que al resto de los chilenos no. Si el tipo tuvo un accidente grave , con pérdida de una vida y aun así no escarmentó , manejando curado cuando todas las campañas te dicen que no debes hacerlo [...] (emol\_dep\_16\_07).

Por lo demás, es necesario destacar que los nuevos medios de comunicación están en un proceso de adopción de las formas adecuadas para poder comunicarse de manera efectiva, dentro de un proceso cambiante, en donde los usuarios reclaman mayor interacción y la tecnología se adecúa a esos requerimientos. Por tanto, los usuarios se apoderan de las potencialidades comunicativas que ofrecen los canales y adaptan mecanismos provenientes desde otros registros para cumplir con los objetivos retóricos que se proponen. Dicho de otro modo, la consideración de esta sub-categoría viene a resaltar la pertinencia de emplear marcos de análisis provenientes del análisis

conversacional o del español coloquial para dar cuenta de mejor manera las características que definen los diferentes géneros discursivos en los medios digitales.

Igualmente, ahí es donde radica la importancia de identificar los marcadores fáticos en contexto y compararlos con otras variedades en ámbitos temáticos divergentes, puesto que, tal como plantea Žegarac (1998), no se entiende la comunicación fática como la mera identificación de una clase específica de oraciones, sino lo que se busca son factores que interactúan entre sí para poder llegar a determinarla. Así pues, desde un punto de vista pragmático, las relaciones que se pueden establecer a partir del uso de este tipo de unidades no se corresponden con una mera unión entre oraciones, sino que más bien se trata de una unión de enunciados, entendiendo a éstos como realizaciones de actos de habla. Estamos de acuerdo, entonces, con Briz (1993) cuando señala sobre el conector pragmático:

[...] el conector pragmático en español marca el encadenamiento de [...] actos de habla y, en fin [...] el progreso del texto como estructura coherente no sólo sintáctica y semántica, sino también pragmática; es decir, coherencia y cohesión desde el punto de vista del texto-producto y además como estrategia (p. 151).

Estos resultados vienen a ratificar que el estudio de la comunicación fática en los estudios de CMO ha empezado a adquirir una especial relevancia en el ámbito académico, en la medida en que se comprende que su presencia se constituye como una de las estrategias que permite establecer y mantener el compromiso con la audiencia. Schandorf (2012), por ejemplo, repara en el hecho de que la interacción social ha sido una constante en las sociedades humanas y, por lo tanto, las relaciones que se establecen a través de ordenadores no son la excepción a esta situación, es decir, mantener los mecanismos de comunicación disponibles para la correcta interpretación de los enunciados.

#### **8.2.15 Marcadores de evidencialidad: análisis cuantitativo**

Los marcadores de evidencialidad son aquellos elementos que se relacionan con la muestra de evidencia sobre una determinada información, sin importar cuál sea la fuente. Para los efectos de nuestra investigación, solo se han considerado aquellos elementos que se identifican directamente con esta función, esto es, elementos textuales explícitos que apunten y especifiquen que la información proviene desde otra fuente.

Los resultados en nuestro corpus distan mucho de demostrar que esta sea una práctica importante dentro de los comentarios de noticias digitales, como sí lo es para otros tipos de discursos, como el académico, en la medida en que, por un lado, su inclusión es fundamental para insertarse en la comunidad discursiva específica a la que pertenece cada especialista y, por otro, el discurso científico-académico requiere que cada investigación se sitúe en un plano concreto en correspondencia con el campo disciplinar que lo ha antecedido, en otras palabras, es parte de cada cultura disciplinaria que se haga mención a aquellas investigaciones más relevantes (Hyland, 2005). Concretamente, se encuentra una frecuencia muy baja en ambos periódicos en general: 1,2 para El País y 1,8 para Emol. Creemos que dicho comportamiento responde a que, en este tipo de discursos, informar sobre la procedencia de la información no resulta un aspecto relevante, dadas, además, las temáticas que se abordan. La construcción discursiva de los usuarios está basada en la experiencia individual o en referentes vagos que no son especificados.

Estos resultados contrastan fuertemente con lo que se ha documentado en otras investigaciones. Por un lado, investigaciones llevadas a cabo sobre discurso académico muestran una alta frecuencia, por ejemplo, los casos encontrados por Hyland (1999), son 8,6; en Hyland (2004), 64,1 y en Mur-Dueñas (2012), 63,2. Es decir, si bien estas diferencias son esperables, de acuerdo con lo que se ha señalado anteriormente, es decir, las características propias del discurso académico, los resultados que hemos obtenido no se relacionan con aquellos que se han obtenido en pesquisas que han estudiado textos similares: González Arias (2014) encontró 78,8 casos de marcadores de evidencialidad en comentarios de noticias digitales. Sin duda, resulta un dato interesante, en tanto contrasta completamente con lo que se ha documentado en esta investigación.

Por otro lado, en cuanto a las posibles diferencias temáticas en el uso de los marcadores de evidencialidad, efectivamente se observa un mayor uso en los sub-corpus del ámbito político, como se ve en la Tabla 19. Estos datos se pueden relacionar con que el discurso político requeriría de una muestra de evidencias y de procedencia de la información, a diferencia de lo que ocurre con el lenguaje deportivo, el cual termina siendo más pasional y menos racional.

Tabla 19: Frecuencia de uso de los marcadores de evidencialidad según periódico y ámbito

El País		Emol	
Deportes	Política	Deportes	Política
0,8	1,5	1,5	2,0

Finalmente, en la Tabla 20, se enseñan los distintos casos según periódico y ámbito. Destaca, dentro de lo escaso en general de los casos, que el elemento que más se utiliza en todos los sub-corpus es la palabra *según*.

Tabla 20: Casos de marcadores de evidencialidad

Marcadores de evidencialidad	El País Deportes	El País Política	Emol Deportes	Emol Política
Como	0,1	0,3	0,1	0,3
Para	0,3	0,5	0,7	0,7
Según	0,4	0,7	0,5	0,9
De acuerdo con	0,0	0,0	0,1	0,1

### 8.2.16 Marcadores de evidencialidad: análisis cualitativo

Como se ha esbozado, el empleo de marcadores de evidencialidad no es frecuente en nuestra investigación, posiblemente debido a la escasa necesidad por señalar el origen de las certezas que dan origen a las aseveraciones que se plantean. En cualquier caso, el empleo de esta sub-categoría puede estar orientado a una información que es parte de la misma estructura discursiva general en la que está incluido el comentario. Así, en el ejemplo 77), el origen de la información se encuentra en la misma sección de comentarios:

77) **Según** lo que aparece en los comentarios:

- Si llega el chico pelao a la selección: es para perjudicar a la U y favorecer al colo.
- Si no llega: es por que les tienen mala y no llega por órdenes del colo para no agrandar a su rival..

Lo que vaticino para el futuro si llega Sampaoli:

- Si Chile va al mundial: Mini-me es el mejor técnico del mundo, después o junto con Bielsa, y los jugadores de la U fueron la base del éxito.
- Si Chile no va al mundial: Borghi tendrá toda la culpa y los jugadores del colo confabularon contra el técnico.

¿Por qué serán las lechuzas tan lloronas?... Misterio sin resolver.



Obviamente, el mismo caso *según* puede estar orientado hacia una información que se encuentra fuera del contexto inmediato del comentario, como en 78):

78) Que mas tiene que pasar???. 4 derrotas consecutivas de la Roja,, no tiene conduccio tactica ni estrategica, indisciplina de jugadores,, es el tiempo preciso para cambio de DT,, **segun** Yahoo sport PEP GUARDIOLA se vendria a chile..no lo hace por DINERO solo por proyeccion o desafio..recordemos es un admirador de BIELSA y su obra..señores directivos,, RESOLUCION antes que les cueste el puesto a Uds. por INEPTOS,,, asi chile no llega al Mundial..aun es tiempo de enmendar rumbos,, pero DECISIONES y rapidas (emol\_dep\_08\_22).

De igual manera, un partido político en específico, en este caso el PSOE, también puede ser empleado como un referente que los usuarios pueden considerar para dar sustento a su contenido informativo (ver ejemplo 79).

79) [...] Si alguien esperaba que el PSOE haga una oposición similar a la desplegada por el PP en legislaturas anteriores, pueden esperar sentados, pues nunca la verán. **Para el PSOE**, tanto las instituciones como los ciudadanos se merecen un respeto. Ya se sabe que no faltan los que opinan (muy cabreados) que entre el PP y el PSOE no hay diferencia, que son iguales. Los que opinan así, son aquéllos que sin meditar, le han dado el voto al PP y ahora están recogiendo "la cosecha". [...] (elpaís\_pol\_21\_17)

Por último, la reafirmación de lo que se quiere decir por medio de un marcador de evidencialidad también puede estar orientada hacia lo que haya dicho otro usuario con anterioridad y que se desea utilizar como argumento de autoridad para validar la postura del usuario, como se observa en el ejemplo 80):

80) El éxito de Mourinho no es el de un entrenador genio táctico. Su técnica es sencilla: quiero ser cauto, definiendo, necesito ser agresivo, a por todas (casi siempre después del minuto 60). Eso **como dice** USER\_ID lo hace cualquier entrenador apañado. El éxito de Mou es ser una estrella mediática al mismo nivel que las estrellas del equipo. Eso le permite acercarse a los jugadores con la jerarquía que tiene que tener un jefe. En un equipo como el Madrid eso es esencial porque desde hace ya muchos años en él juegan los mejores jugadores del mundo y los entrenadores son prescindibles. [...] (elpaís\_dep\_01\_02).

### **8.3 Metadiscurso interpersonal**

En este apartado se expondrán los resultados de las seis sub-categorías que comprenden el metadiscurso interpersonal. Cada una de estas sub-categorías será revisada en detalle considerando dos perspectivas. Por un lado, se llevará a cabo un análisis cuantitativo que permitirá comparar las frecuencias normalizadas entre todos los sub-corpus comprendidos en esta tesis doctoral, con el objetivo de establecer las diferencias en el uso de las estrategias metadiscursivas textuales que pudieran estar determinadas bien por la variedad de lengua que se utiliza en ambos periódicos (español de España y español de Chile) o bien por el ámbito temático en el que se insertan los comentarios (noticias de carácter deportivo o político). Por otro lado, a continuación del análisis cuantitativo, se estudiarán una serie de ejemplos significativos extraídos de los sub-corpus recopilados para complementar el análisis anterior desde una perspectiva cualitativa, que identifique los rasgos más importantes en los casos concretos de cada variedad y ámbito temático.

### 8.3.1 Atenuadores: análisis cuantitativo

En la Figura 31 se muestran los resultados generales obtenidos luego del análisis de nuestro corpus. A partir de esta figura, es posible mencionar dos aspectos relevantes, antes de detenernos en el análisis más detallado.

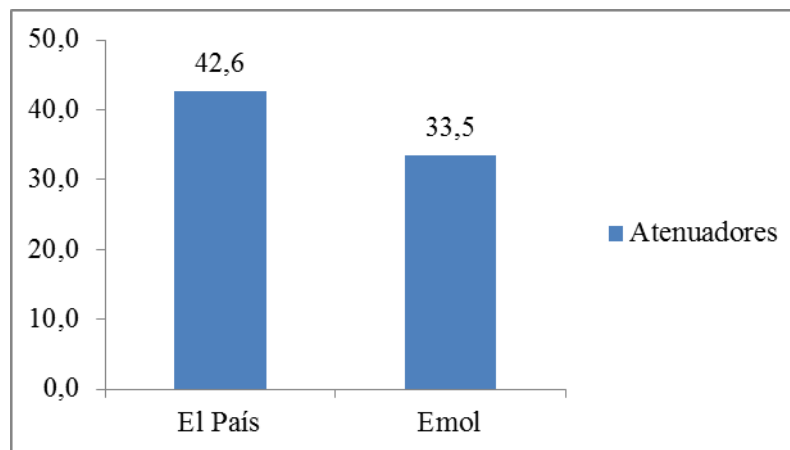


Figura 31: Gráfico de frecuencia de atenuadores por periódico

Por un lado, hay una menor frecuencia de atenuadores que de intensificadores (como se explicará luego), lo que se relaciona con el carácter coloquial de las intervenciones, las que, tal como señala Briz (2001), promueven más realizaciones intensificadoras. Además, Albelda (2010) también especifica que si los rasgos que caracterizan la situación comunicativa tienden a ser más formales, la frecuencia de atenuación será mayor. Sin embargo, la naturaleza de los comentarios de noticias implica un fuerte componente coloquial, por lo que la baja frecuencia de atenuadores está en relación, desde esta perspectiva, con lo planteado por la autora. Por otro lado, se observa que los comentarios realizados en El País presentan una frecuencia superior a los comentarios llevados a cabo en Emol (42,6 contra 33,5). Este primer resultado resulta importante vistos los resultados de investigaciones anteriores que indican que la variedad chilena del español tiene una gran presencia de atenuación (Puga, 1997; Briz, 2007), en tanto es una cultura en la que se valora el respeto y el espacio personal de los demás (Albelda, 2008). Sin embargo, Albelda (2008) matiza esta generalización realizada y, a partir de un estudio comparativo entre las estrategias de atenuación entre las dos variedades, sostuvo:

Como se ha visto, ni chilenos ni españoles suelen reparar las peticiones en beneficio de los oyentes, los insultos y comentarios despreciativos, las quejas sobre la persona o

actuación del interlocutor y los desafíos y muestras de desconfianza. En el caso de Chile pueden sorprender estos resultados del análisis, puesto que clásicamente se reconoce en las culturas latinoamericanas, como la chilena, un alto grado de atenuación, en contraste con la cultura española. La mayor similitud en los dos países respecto a esta ausencia de atenuación apunta hacia una determinada conclusión. Parece que, en ocasiones, es más fuerte el principio de situación que el de cultura. Es decir, el hecho de que tampoco los jóvenes chilenos en situaciones de familiaridad atenúen determinados tipos de actos de habla lleva a pensar que la situación comunicativa también es un factor relevante en estos análisis (p. 109).

En otras palabras, la autora quiere recalcar el hecho de que sería la situación comunicativa concreta y no tan solo la cultura la que determinaría la frecuencia de uso de la atenuación como categoría pragmática. En este sentido, los resultados obtenidos en nuestra investigación están de la mano con lo planteado por Albelda (2008) y enfatizan la necesidad de considerar los rasgos del entorno comunicativo para dar cuenta de ciertos fenómenos. La generalización sobre aspectos concretos de cada variedad sin considerar las diferentes formas de transmisión del conocimiento solamente replica actitudes lingüísticas hacia una variedad de lengua basadas en apreciaciones incompletas. Para nuestros efectos, se puede señalar que resulta pertinente considerar los modos socio-técnicos a través de los cuáles las personas interactúan en entornos digitales, puesto que éstos nos permitirán interpretar ciertas realizaciones a través de las posibilidades que aporta tanto la tecnología y las diferentes posibilidades que adquieren los usuarios para aprehender sus características. De esta manera, si consideramos lo planteado por Albelda (2010) de que a más rasgos formales más posibilidades de que haya una mayor frecuencia de atenuadores, resulta plausible que los comentarios en Emol tengan menos atenuación que los de El País, en tanto el uso de Facebook como plataforma para llevar a cabo los comentarios hace que los propios rasgos de esta red social se traspasen a la forma en que se escriben los comentarios. Si bien Facebook presenta muchas opciones diferentes de conexión con las personas, la principal sigue siendo la de mantener un contacto con un grupo de personas con las que se establece algún vínculo, contacto que no se ha establecido motivado por una noticia en un periódico. En cambio, Eskup, de El País, es una plataforma creada única y exclusivamente para comentar las noticias que se producen en el diario, por lo que las características del entorno están mediatizadas por su función representativa.

En cuanto a una comparación con otros estudios metadiscursivos, efectivamente, existen diferencias asociadas al tipo de género discursivo con el que se opera. Así, en Hyland y Tse (2004) se detectaron 92,4; en Mur-Dueñas (2011) 126,7 y en Li y Wharton (2012) 52,6 y 70,5. Sin embargo, González Arias (2014), quien operó con

comentarios de columnas de opinión digitales, encontró 73,1, la que si bien es una cifra superior a lo que hemos encontrado en nuestro corpus, es inferior a la que extrajo de los intensificadores.

Por otro lado, en la Figura 32 se puede apreciar que no existe relación entre el ámbito temático al que pertenece cada comentario y la frecuencia de los recursos de atenuación, ya que mientras en El País la mayor frecuencia estuvo en los comentarios de noticias políticas (47,5 contra 39 de los deportivos), en Emol la mayor frecuencia estuvo en los comentarios de noticias deportivas (39,9 contra 27,3 de los políticos).

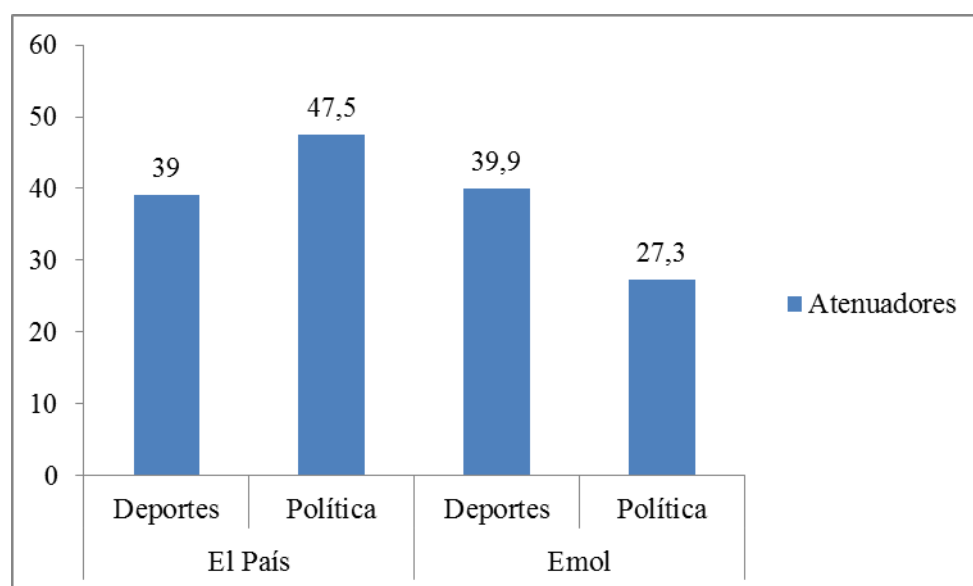


Figura 32: Gráfico de frecuencia de atenuadores por periódico y ámbito

El análisis detallado de las estrategias empleadas nos ha obligado a ampliar nuestra perspectiva de análisis. Si bien se han tenido en cuenta algunas clasificaciones para categorizar los atenuadores (cf. Crompton, 1997), éstas se han llevado a cabo, principalmente, en el ámbito de la escritura académica que, como sabemos, presenta características muy diferentes a las que tienen los comentarios de noticias digitales. Por tanto, las diferentes estrategias de atenuación se han clasificado en 4 grupos, a partir de las investigaciones sobre el tema de Briz (2001), Albelda y Briz (2010) y Albelda y Cesteros (2011): expresión de la duda o incertidumbre, despersonalización de la enunciación, indeterminación de la cantidad o la cualidad y expresión de restricción de lo dicho. Al igual que la intensificación, la atenuación puede conseguirse por medio de una serie de estrategias: fonéticas, morfológicas, léxicas o sintácticas. En la Figura 33,

se pueden observar las frecuencias de los elementos de esta clasificación, en la que destaca que la estrategia más utilizada en los comentarios de ambos periódicos es la expresión de la duda e incertidumbre. Los otros casos presentan frecuencias mucho más bajas, lo que demuestra que los usuarios prefieren, en general, un único mecanismo para atenuar los actos ilocutivos.

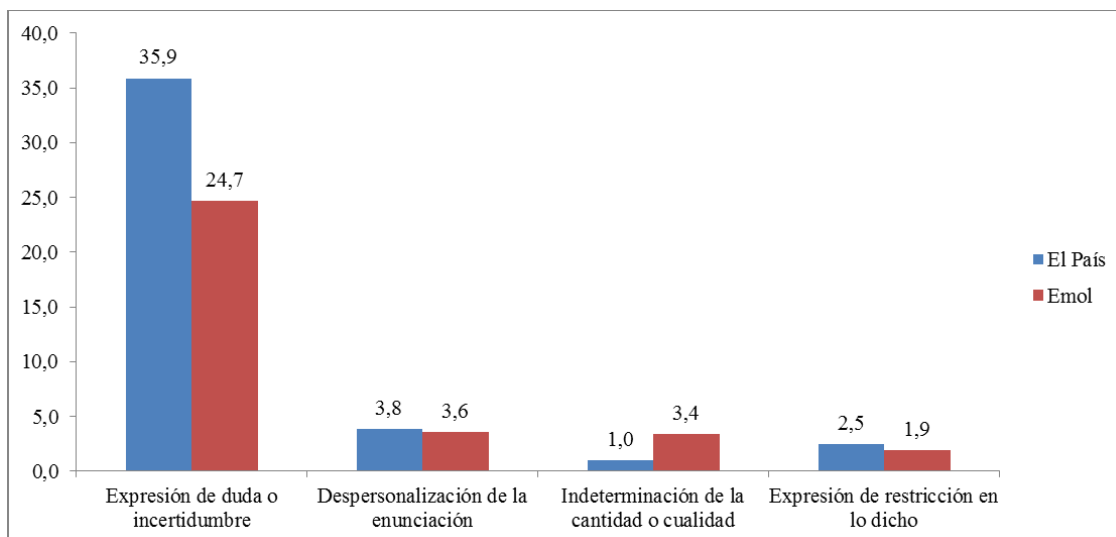


Figura 33: Gráfico de frecuencia de los casos de atenuadores por periódico

Al mismo tiempo, en la Figura 34, se advierten las frecuencias por periódico y también por ámbito temático al que pertenece el comentario. En general, se puede percibir que la influencia del ámbito temático solo se puede asegurar en el grupo *expresión de la duda o la incertidumbre*, puesto que tanto en El País como en Emol, los comentarios de noticias deportivas cuentan con una frecuencia mayor que los comentarios de noticias políticas. Lo anterior está en consonancia con otras investigaciones (Albelda y Cesteros, 2011).

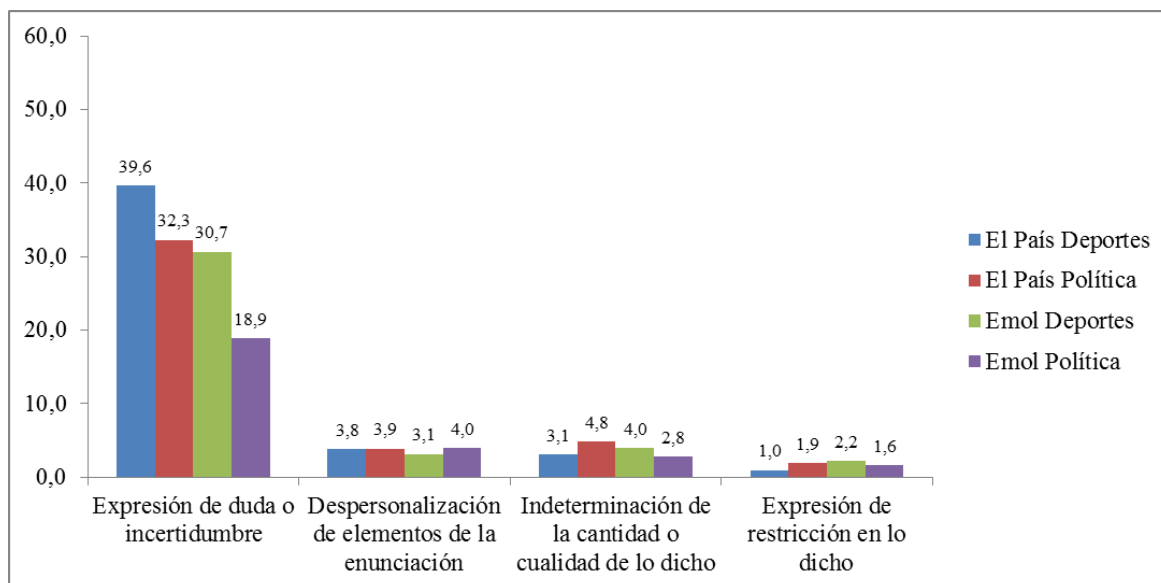


Figura 34: Gráfico de frecuencia en los grupos de realizaciones de los atenuadores por periódico y ámbito

A continuación, se detallarán cada uno de estos grupos con el fin de explicar mejor los resultados y potenciales interpretaciones. En primer lugar, la *expresión de duda o incertidumbre* es una estrategia con la que se reduce en la forma y en la expresión el grado de seguridad o certeza con respecto a lo que se está diciendo (Albelda y Cesteros, 2011). Las vías de realización de este tipo de atenuación pueden ser muy variadas. En nuestra investigación, hemos recogido cuatro procedimientos para lograrla: verbos de creencia o pensamiento (*creer, pensar*), adverbios de creencia o pensamiento (*quizás*), tiempo condicional o imperfecto (*estaría*) y, por último, la expresión de la probabilidad o posibilidad (*es posible que*). De estos, los más frecuentes son los verbos de creencia o pensamiento y el empleo del condicional o imperfecto. En la Figura 35, además, se observa que la mayoría de los procedimientos escogidos son más frecuentes en los sub-corpus de comentarios de noticias deportivas que los sub-corpus de comentarios de noticias políticas.

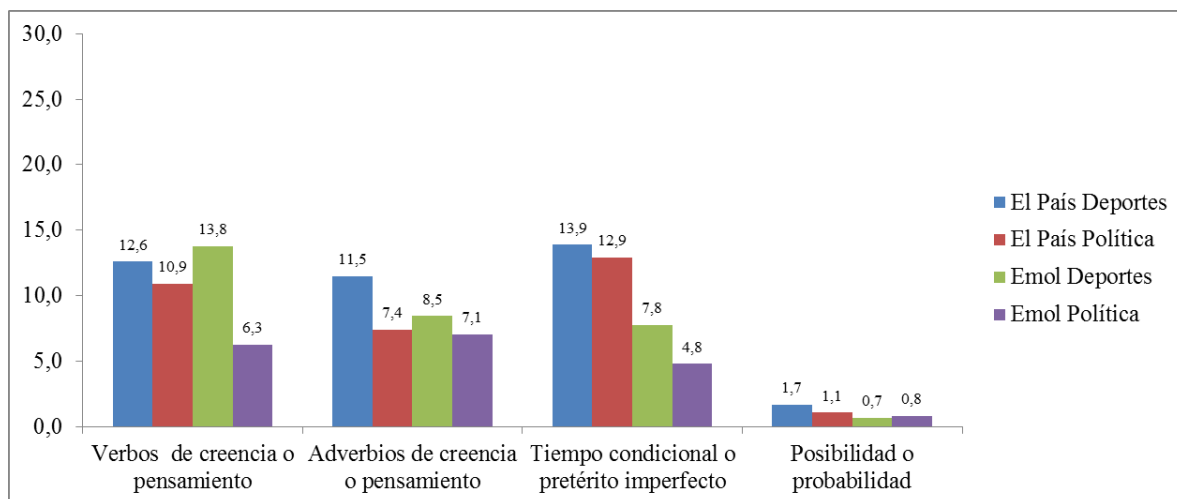


Figura 35: Gráfico de frecuencia expresión de duda o incertidumbre

En segundo lugar, la *despersonalización de los elementos de la enunciación* se refiere a que tanto el *yo* como el *tú* aparecen desplazados del centro enunciativo, con el fin de que la imagen tanto del emisor como del receptor no se vea afectada (Briz, 2001; Albelda y Cesteros, 2011). Los procedimientos encontrados bajo esta clasificación fueron el empleo del pronombre impersonal *uno*, que minimiza la posición del *yo* y lo actualiza en una posición similar a la del *tú*, al alejarse de sus proposiciones. Asimismo, se detectó la presencia del uso de *tú* impersonal, que cumpliría funciones similares al pronombre impersonal *uno*, es decir, el *yo* pasa a tener un rol secundario en la comunicación y se mimetiza con el resto de la audiencia (Briz, 2001). En la Figura 36, se observa que entre los dos procedimientos, se prefiere, en general, el empleo de la segunda persona singular con carácter de impersonal (con excepción del sub-corpus de Deportes de El País, en el que sucede lo contrario).

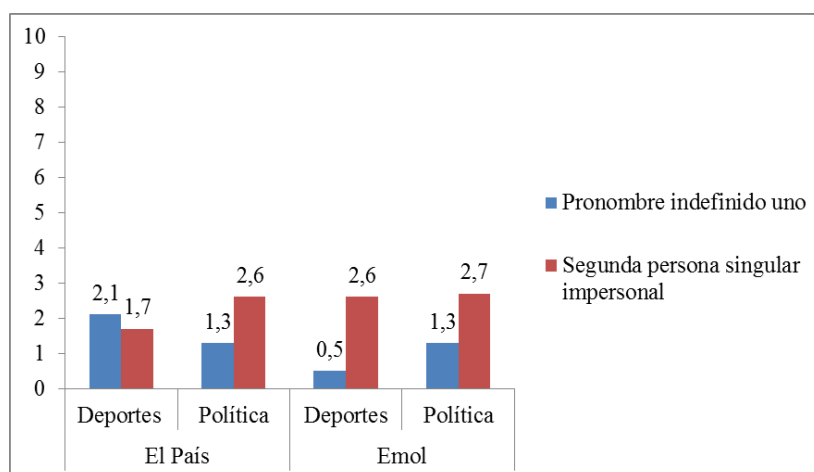


Figura 36: Gráfico de frecuencia de la despersonalización de la enunciación



Asimismo, bajo la etiqueta de *indeterminación de lo dicho* se ha agrupado una serie de fenómenos relacionada con la atenuación de lo dicho más que del decir. Los casos más prototípicos son el uso de diminutivos (*monjitas*), eufemismos (*no lo hizo bien* en lugar de *lo hizo mal*) y otros recursos, que emergieron de manera muy infrecuente (por ejemplo, el uso de recursos morfológicos de modificación externa, como *semi*). En la Figura 37, se muestran las frecuencias de cada una de estas realizaciones en los 4 sub-corpus y se puede percibir, además, que no habría una relación entre la frecuencia de los procedimientos y el ámbito temático al que pertenecen los comentarios.

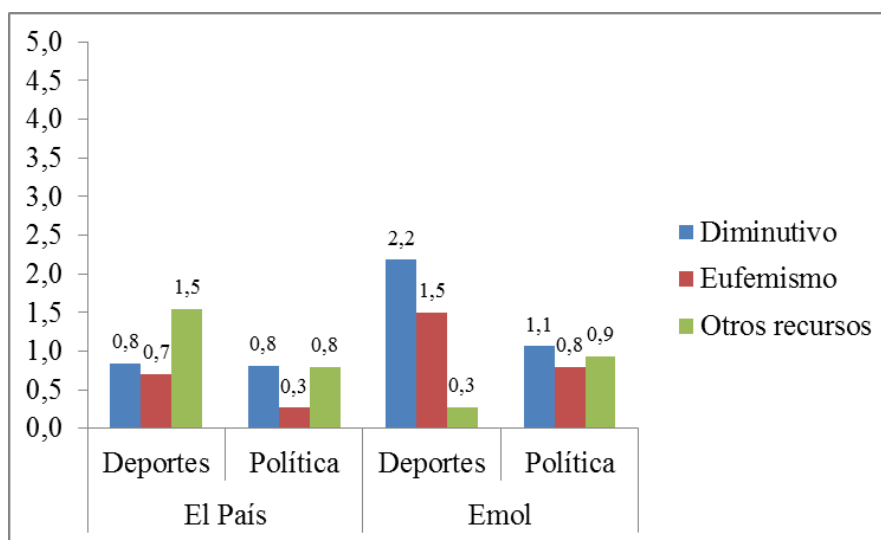


Figura 37: Gráfico de frecuencia de indeterminación de lo dicho

Por último, la restricción de lo dicho se refiere a una serie de estrategias que limitan el campo pragmático de acción de las proposiciones que se están señalando (Briz, 2001). Específicamente, pueden ser adverbios o locuciones adverbiales que minimizan las posibilidades que está explicando el emisor (como *personalmente*). Es un tipo de atenuación que tiene una presencia muy baja en nuestro corpus, como se puede evidenciar en la Tabla 21.

Tabla 21: Frecuencia de la restricción de lo dicho

Expresión de restricción en lo dicho	El País		Emol	
	Deportes	Política	Deportes	Política
	1,0	0,9	2,2	1,6

Para finalizar, en los Anexos 4, 5, 6 y 7 se encuentra el detalle de los casos encontrados en cada uno de los sub-corpus. En ellos, se puede apreciar que desde el punto de vista de estrategias seleccionadas no hay mayores diferencias si se considera solo el periódico o el periódico junto con el ámbito temático. Las distancias entre los sub-corpus se da en las frecuencias de ciertos elementos, sin embargo, el grueso de los casos recae sobre un mismo grupo de partículas en los 4 sub-corpus. Con esto, no se quiere decir que los casos sean exactamente los mismos, puesto que, como se verá en el próximo apartado existen algunas diferencias en cuanto al uso de los elementos escogidos.

### 8.3.2 Atenuadores: análisis cualitativo

En este apartado, se presentará y explicará una serie de ejemplos que permitirán comprender de manera efectiva el fenómeno de la atenuación en los comentarios de noticias digitales. Se desplegarán en el mismo orden en que se entregaron en el apartado anterior, para asegurar la coherencia del documento.

En primer lugar, la expresión de la duda o incertidumbre se llevó a cabo, principalmente, por medio de la función verbal y, en específico, a través del verbo *creer*, a través del cual el autor disminuye su grado de aserción y de compromiso con la proposición propuesta, como se puede observar en 81) y 82):

- 81) Lo más asombroso de esta historia del independentismo es que ARTHUR MAS a pasado de ser el ODIADO LÍDER por los recortes a ser el AMADO LÍDER, lo del camp nou me recuerda a las demostraciones en los estadios de fútbol de Corea del Norte ya tenemos un nuevo Kim Jong il a la catalana. **Creo** que esto es una maniobra para dividirnos y embrutecernos tanto entre los propios catalanes como con el resto del estado, mientras los poderosos se ríen de nosotros la masa el 99% de la población, que cada día somos más pobres y con un futuro más incierto (elpaís\_dep\_04\_17)
- 82) El cruch como siempre haciendo defensas corporativas, llevando agua para su molino no más....Y cuándo la autocrítica en la actual situación de la educación chilena???? Cuándo se comienza a revisar la excesiva extensión de las carreras en Chile (un abogado en USA sale en 3 años **creo**, acá en 6..... ; lo mismo con médicos y todos los ligados a esa área); 5 años mínimo para ingenierías, arquitectura....Pucha el negocio (emol\_pol\_16\_12).

Sin embargo, no es el único verbo que se evidencia en nuestro corpus, puesto que, por ejemplo, con el mismo sentido y función de *creer*, se pudo encontrar el verbo

*suponer*, como en 83). En este caso, se aprecia que el verbo epistémico ve reforzado su carácter atenuador por el contenido que viene inmediatamente después: por un lado, una potencial causa (de la cual no estaría completamente seguro, porque ha usado *suponer* antes) y una oración condicional que matiza, de nuevo, lo que se está indicando.

83) una pregunta. ¿Con esta reforma del código penal el miembro del PP que hizo ese comentario sobre las mujeres y las leyes iría a la cárcel? Yo **supongo** que no pues es miembro de la clase de personas que están por encima de la ley en este país y si fuese a la cárcel el gobierno del pp no tardaría en indultarlo. Vert-guenza de este gobierno que tenemos. Iniciativa popular para elecciones ya y echar a esta gente que tanto daño está haciendo. (elpaís\_pol\_14\_14).

Junto con lo anterior, por medio de los adverbios epistémicos, los escritores minimizan el compromiso con lo dicho, como se puede advertir en 84):

84) [...] ¿Que hicieron los Ministros de educación que estuvieron antes? Alguien denunció irregularidades en años anteriores y se tomaron cartas en el asunto? como lo que paso con la U del mar o lo que está pasando ahora con la investigación a 10 universidades por lucro y/o acreditación. Por algo se empieza, **quizás** no lo está haciendo de la mejor forma (**quizás** si), pero durante años, por primera vez alguien se atreve a por lo menos poner el temas de las Ues en la palestra y tratar de hacer algo. (emol\_pol\_15\_13).

Incluso esta función se puede actualizar a través de locuciones adverbiales con valor epistémico, como en 85) y 86):

85) ¿Tampoco Gento? ¿Ni Butragueño? ¿Ni Michel? ¿Ni Casillas? Ah, bueno, el que te gusta es Berlusconi, claro. Por sus gestores favoritos los conoceréis... Por cierto, el Milan tuvo una época buena, pero quedó como un solar y así sigue ahora (sin cantera, además). Eso sí que tiene frustrados a sus seguidores, me parece, aunque **a lo mejor** les va la marcha, qué sabe nadie... Y por cierto: el kilo de cantera, que es como tú te refieres a unas personas que deberían merecer respeto por malos que fuesen, no está barato. La cantera del Madrid incluye a Arbeloa, a Juan Mata, a Soldado, a Parejo... [...] (elpaís\_dep\_17\_18)

86) ah! pues como reus es un pueblo catalán ¿o no? y a alguien se la oí, y **tal vez** dí por hecho que era catalán, disculpa pues, a saber de donde es la frasecilla, yo soy gallega, y de aquí somos los paletos! aquí el gallego lo conservamos los agricultores...dios mío hablar gallego en la coruña, ahora es normalísimo, pero yo me enfado mcuho, por qué aquí todo dios se rajó en su día, prohibido el gallego, como prohibido el catalán, con una diferencia los catalanes fue la elite quien lo guardo, y me enfado con el gallego que quieren enseñar...."de academia dicen" pues no! el gallego lo conservé yo y lo hablo yo! [...] (elpaís\_pol\_20\_18)

Aunque la gran parte de los casos documentados a lo largo de esta investigación se repiten en los sub-corpus de El País y Emol, igualmente, se encontraron casos que se pueden catalogar de diferenciales entre las variedades del español. En este sentido, el adverbio *capaz* se emplea en Latinoamérica con el sentido de ‘quizás’ y cumple la función de señalar que lo que se va a indicar posteriormente debe ser interpretado como algo si bien probable, aún incierto para el hablante, como en el ejemplo 87):

87) Por favor, como puede ser que ese tal Sampaoli llame a la Selección, leanlo bien: SELECCIÓN CHILENA a un asesino, o acaso nadie se acuerda que mató a una hermosa niña llamada Macarena; se supone que ese tipo debería estar tomando sol a cuadritos y no sé que hace libre por ahí, **capaz** que esté esperando el momento para emborracharse y drogarse para atropellar a otra lola, no hay salud (emol\_dep\_23\_19).

El uso del condicional es otro procedimiento al que recurren los usuarios para atenuar su mensaje. Es importante destacar que en muchas ocasiones las estrategias atenuadoras pueden estar acompañadas de otras, con el fin de dejar en clara la atenuación. Así, en 88), junto con el uso del condicional, su función se ve reforzada por la locución adverbial con carácter epistémico *tal vez*:

88) Simple... por que para implementar el "Sampaoli's style" necesita 6 meses corridos, y aca no se cuenta con ese tiempo: con suerte va a tener a los jugadores por 10 a 15 días cada 2 meses promedio. **Tal vez** Sampaoli **seria** bueno para el proceso siguiente, el del siguiente mundial: así puede partir de cero. Pero para este no: se necesita a alguien con experiencia, así que Ni Sampaoli, ni Labruna, ni Berizzo corren. De Martino para arriba tendría que ser la idea para arreglar el Condorazo de Borghi (emol\_dep\_17\_06)

Por su parte, en 89), la expresión de la posibilidad *posible* más el refuerzo atenuador del adverbio epistémico *casi*, minimiza el compromiso del hablante:

89) Es **posible**, casi seguro, que esa línea antimadridista la percibas porque te puede la pasión, que hace perder mucha objetividad. Si esto mismo me lo dices a mí, ni me molesto ni me ofendo, porque en estas cosas es muy difícil mantener la ecuanimidad. Yo me quejo cuando el partidismo es escandaloso, pero por un ligero sesgo, algo inexplicable y que no tiene sentido, porque desde el punto de vista empresarial a El País le interesaría más tirar por el Madrid, no pondría el grito en el cielo. [...] (elpaís\_dep\_05\_01).

En segundo lugar, la despersonalización de la enunciación se concentró en dos fenómenos. Por un lado, el empleo del pronombre impersonal *uno*, desplaza al *yo* y lo integra en la totalidad del conjunto de individuos, es decir, *uno* debe poder referirse

pragmáticamente a todos y cada uno de los individuos incluidos en la clase que lo delimita (Ridruejo, 1981). Al cumplir esta función, el procedimiento escogido, es decir, el *uno* impersonal en una construcción de carácter genérico, provocaría adhesión, ya que se integran tanto el *yo* como el *tú* en un mismo nivel. Por esta razón, como se verá en apartados posteriores, esta estrategia es considerada como un marcador de compromiso. En 90) y 91), se enseñan ejemplos del uso de este *uno* impersonal, en los que se percibe, además, que no hay estrategias de automenciones (que den cuenta de la voz autorial):

90) No es cierto. No todo lo demás es opinable. El hecho de que el Barça llegara x veces al área, tirara x veces a puerta, tuviera el balón x tiempo, golpeará x veces los palos, el hecho de que el portero salvara varios goles, todo esto no es opinable, lo vimos todos. **Uno lo puede obviar**, si quiere, pero no es opinable, son hechos. **Uno puede preferir**, o no tener otro remedio, que esperar a que el contrario falle para ganar. Pero, por favor, no hagamos de la necesidad virtud, que es bastante triste. Sobre todo teniendo en cuenta el cinismo de aquellos antibarcelonistas que seguro que una noche de julio de 2010 estaban por ahí gritando esa cosa horrible de "yo soy español, español, español...". (eláis\_dep\_24\_09)

91) Claramente el modelo está mal debe replantearse ante un nuevo contexto social de aprendizaje y no seguir anclado en las viejas doctrinas de la educación. Ciego es el que jura que todo anda bien y seguirá así por siempre, las cosas cambian es un hecho. En este minuto el 75% de la población chilena cree que algo esta mal con el sistema educativo, por algo será no? o me va a decir que el 75% de la población entonces es "comunista"? Si hablamos de ver lo que a "mi" me gusta, estamos claros que usted es del 25% que piensa que todo anda de maravillas. Ah y hay un problema en su respuesta anterior, si **uno cumple** su deber de estudiar no necesariamente significa que **uno sea** mejor estudiante, si no veamos los resultados de la PSU o del SIMCE ;). (emol\_pol\_19\_17).

Por otro lado, el uso de la segunda persona singular con carácter impersonal se manifestó con más frecuencia que el *uno* impersonal. En este caso, plantea Hidalgo Navarro (1996) que el fenómeno es prototípico de la lengua oral coloquial, en donde la segunda persona singular del verbo tiene una referencia indeterminada hacia un sujeto que no corresponde al receptor presente en el diálogo. Más aún, en estudios recientes se ha considerado que esta estrategia, en la lengua oral, cumple funciones evidenciales (Hugo, 2011). Este encubrimiento de *yo* se ejemplifica en 92) y 93):

92) No sé si a estas alturas da lo mismo ser de Colo-Colo o de la U o simplemente hincha de la Selección Chilena... mientras sigan haciendo las cosas mal, cualquier entrenador va a querer llegar a dirigir la Roja... total, es un negocio redondo... **hagas lo que hagas** y con el resultado

que **tengas, tendrás** más de 50 millones mensuales por lo que dure el contrato y si **te** despiden (porque aquí nadie exige renuncia) tienen que pagar la indemnización si o si... así que estamos ante un posible derroche de dinero, jugadores, esperanzas, etc. (emol\_dep\_09\_02)

93) [...] Es la gente quien ha motivado a Artur Mas a liderar el proceso. Hay un sentimiento de desafecto, cuyo punto álgido fue la animadversión y la incomprensión en el Congreso de los diputados del Estatut que presentaron los líderes catalanes, entre ellos la señora Manuela de Madre, nada sospechosa de independentismo. Si en una asociación, si en una familia, si en un grupo, no **te aceptan como eres**, mejor emanciparse. será difícil, pero si dos dictaduras no han podido con el sentimiento de soberanía catalana, es que está muy enraizada. Se aceptará que Catalunya es una nación y que tiene derecho a votar, o continuarán las vendas en los ojos y la amenaza de la constitución y la retórica de una región de España? El peor sordo es el que no quiere oír. (elpaís\_pol\_22\_25)

La indeterminación de la cantidad o cualidad se puede manifestar de tres maneras diferentes en nuestro corpus. Por medio de eufemismos o rodeos explicativos (propios de la sintaxis coloquial): en 94) se enseña el caso de *no estuvieron bien* –en lugar de *estuvieron mal*– para no mostrar desacuerdo con lo planteado por el otro usuario al que se le está respondiendo.

94) Si pero el problema es que fue el seleccionador el que propuso el partido de ida y vuelta con el cambio de Torres. Del Bosque siempre tan políticamente correcto. Ayer, había que sacar al niño sí o sí. Cierto es que los cuatro que citas **no estuvieron bien**. En algún caso, por cuestiones físicas. Por eso ayer, tocaba blindar el medio campo ante un equipo con un poderío físico superior al nuestro. Del Bosque no lo hizo y se acabó pagando. El seleccionador tiene el crédito que se ha ganado, pero cuando se equivoca como es el caso de ayer, conviene decirlo. La otra clave que expones es obvia. A ver si conseguimos que Wert, españolice a Leo. (elpaís\_dep\_10\_10).

Por su parte, en 95) se atenúa el contenido informativo de la misma manera, no comprometiéndose con el contenido esencial, es decir, lo que realmente quiere decir se atenúa:

95) Aunque Borghi no sea santo de mi devoción, que se vaya en la mitad del proceso y porque perdió con Argentina (perder con Argentina, algo que es 99% factible) no es sano. ¿Quién va a querer tomar la selección a medio camino, con los ánimos de los jugadores probablemente por los suelos porque se les fue su amado DT? **No sería una decisión muy sabia** (bueno, la ANFP no se destaca por tener decisiones sabias...) (emol\_dep\_02\_17).

El uso de diminutivos corresponde a una estrategia de modificación interna del sistema lingüístico, el cual, en este caso, modifica la cualidad de lo dicho. En 96), el diminutivo minimiza el riesgo que recae sobre el hablante por el acto ilocutivo propuesto y, al mismo tiempo, le impregna una actitud más cercana que disminuye las posibilidades de conflicto, al no comprometerse directamente con lo dicho:

96) [...] igualmente como terceros expectadores debemos hacer una diferencia importante entre estos dos hechos..., y es que la delincuencia, y otros , como medios para terminar con una vida ,no son equiparables con el terrorismo, y lo que estamos viviendo ahora , es hace rato , el nacimiento de un grupo terrorista, que como bien se dijo, no distingue , no distingue que sí al que matan o queman su camión , es un hermano mapuche o si es un exitoso empresario, y el tema es que en algún momento pudieran no distinguir entre si eres tu o tu familia, o familias del volcán, o familias de vitacura, o lindas familias de vilcún, entonces hay que reflexionar un **poquito** más en el tema del terrorismo y en el país en que queremos vivir . (emol\_pol\_02\_08)

Se documentan otros recursos, también, que cumplen la función atenuadora. En 97), se emplea la expresión *algo así como* para dar una cierta idea vaga, sin claridad sobre lo que se está diciendo:

97) [...] En Chile hay **algo así como** el 8% de las patentes por año comparado con USA, algo así como 8.000 por año, en USA casi 90.000 al año!!!! Qué rol (o responsabilidad) les cabe en todo esto???????????????? Intocables Como todo el team de Valpo. o los que usan peluca y un martillo de madera, nadie los puede criticar Cero aporte Son parte del problema parece Y son los con mejor preparación y cultura del país..... Chuta, qué queda para el resto (emol\_pol\_16\_12)

Por último, una serie de recursos al margen, como los denomina Briz (2011, p. 152) “suavizan o mitigan aseveraciones, peticiones, órdenes, recomendaciones etc., que pueden dañar la imagen del yo (aseveraciones) o del tú (exhortaciones), o evitan posibles responsabilidades del hablante en relación con la verdad de lo dicho”. En 98) y 99), estas restricciones de lo dicho minimizan el riesgo de generalizar y se refuerza la idea de que lo que se está diciendo se basa, principalmente, en la experiencia personal del hablante:

98) Pésimo compañero Casillas. No tenía ninguna necesidad de decir lo que ha dicho pero ha ido a dejar en evidencia a su compañero de equipo. Con decir que seguro que algún jugador no se votaría a sí mismo porque sabe que no es el mejor del mundo y votaría en conciencia había salido del paso sin dejar en evidencia a Ronaldo. Casillas vota como capitán de la selección española y está votando políticamente lo que es

un error **en mi opinión**. Ni debería dejarse condicionar porque entonces no es deportista, ni debería dejar en evidencia a Ronaldo. ¿a quién votará Ronaldo, porque Casillas o Ramos han ganado 2 títulos importantes? (elpaís\_dep\_21\_01).

99) De que los mapuches no son productivos, ese es un hecho en parte importante. El punto es en todo caso otro. Hay un crimen y de debe aplicarse la ley pertinente. Lo de hoy no se puede justificar y empatar, se asesinó a dos personas. **En lo personal**, creo en penas muy severas, incluida la capital en casos como estos. Por el otro lado, la acción policial en poco profesional y muchas veces ha vulnerado los derechos de comunidades mapuches. Que sean poco productivos no implica que les pueda tratar sin respeto, como con cualquier otra persona. (emol\_pol\_06\_06).

En resumen, el estudio de los atenuadores debe ser considerado como un fenómeno pragmático, por lo que, tal como asegura Albelda (2010), el mejor método para dar cuenta de ellos es por medio del análisis de diferentes corpus, donde quien investiga cuenta con el contexto y es capaz de conocer los rasgos básicos que facilitan la interacción comunicativa. Como se ha dicho, gran parte de los estudios sobre atenuación han sido realizados desde el enfoque de la escritura académica, en cuanto cumple con una serie de funciones esenciales para dicho quehacer. En este sentido, Hyland (1994, p. 241), puntualiza:

[...] the use of hedging devices is important for two reasons: it allows claims to be made with due caution, modesty, and humility, and the status of such claims to be diplomatically negotiated when referring to the work of colleagues and competitors [...] It allows academics to take a rhetorical stance, to downplay their statements and anticipate audience responses by adjusting the degree of certainty they give to their claims.

Sin embargo, esta perspectiva requiere ampliarse y considerar una serie de aspectos propios de la situación en la que se produce la comunicación, que en nuestro caso se corresponde con factores sociales y tecnológicos (Herring, 2007), como por ejemplo la proximidad, la jerarquía, el tiempo de respuesta, el tono de la interacción, etc.

### 8.3.3 Intensificadores: análisis cuantitativo

En la Figura 38 se puede observar que existe una diferencia entre el uso de los intensificadores en los dos periódicos, puesto que mientras en El País se documentan 138,6 en Emol, 122,6. Si se comparan estos resultados con otras investigaciones que se



centran en el análisis de textos académicos, se puede comprobar que, efectivamente, en nuestro corpus los intensificadores son más frecuentes: por ejemplo, Hyland (1998b) encontró 58; Hyland (2004), en promedio, 32,5; Gillaerts y Van de Velde (2010), 12,8; Mur-Dueñas (2011), 72,2; Li y Wharton (2012), 50,3 y 37,8, en ambos sub-corpus estudiados. Ahora bien, si se compara con estudios que no se concentran en la escritura académica, sino que en diferentes géneros de la CMO, los resultados son muy diferentes. Así, González Arias (2014), quien, como se ha mencionado anteriormente, investiga los comentarios de *blogs* de opinión digitales, encontró 628,1, mientras que Carrió-Pastor y Muñiz Calderón (2015), 575,9. Estas diferencias reafirman la idea de que el comportamiento de los intensificadores depende del género discursivo en general, es decir, si la comparación se hace entre dos tipos discursivos tan distantes, como lo son los artículos de investigación y los comentarios de noticias. Sin embargo, al mismo tiempo, hace ver lo dispar que puede ser el comportamiento de un mismo fenómeno en discursos que se podrían suponer como más cercanos, como los que estamos comparando pertenecientes a la CMO. Asimismo, cabe resaltar que en nuestra investigación la frecuencia de uso de los intensificadores es mayor que la de atenuadores, lo que está en consonancia con lo planteado por Briz (2001) con respecto a que la conversación coloquial en español se caracteriza por ser más intensificadora que atenuadora. Además, lo anterior confirma la pertinencia de considerar algunos aspectos provenientes de esta área de investigación (el español coloquial en la conversación) en la CMO y, a la vez, enfatiza la relación de este género de la CMO con el español coloquial conversacional.

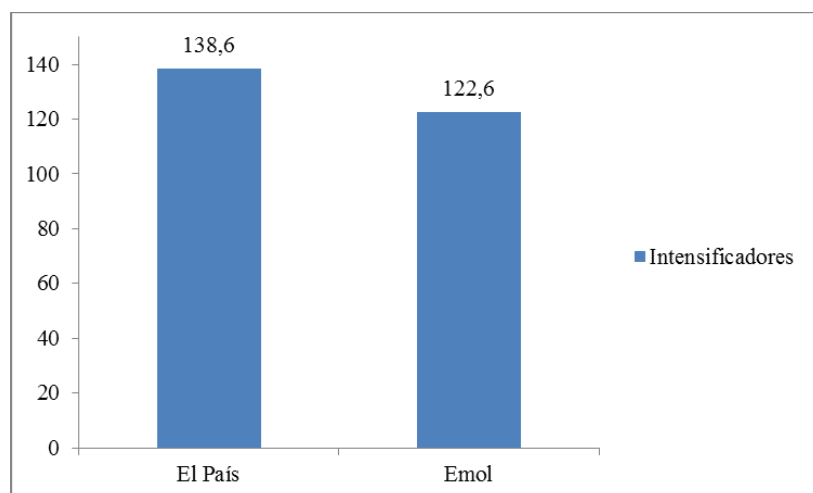


Figura 38: Gráfico de frecuencia de intensificadores por periódico

Por otro lado, en la Figura 39, se pueden observar las diferencias en la frecuencia de uso de los intensificadores según periódico y ámbito temático al que corresponden los comentarios. En esta, no es posible establecer que exista una relación entre el ámbito temático y el empleo de intensificadores, puesto que en el caso de El País, los comentarios de noticias deportivas son los que tienen mayor frecuencia (141,6 contra 136,3), mientras que en el caso de Emol, los comentarios de noticias políticas presentan una mayor frecuencia de esta sub-categoría (124,2 contra 121,1).

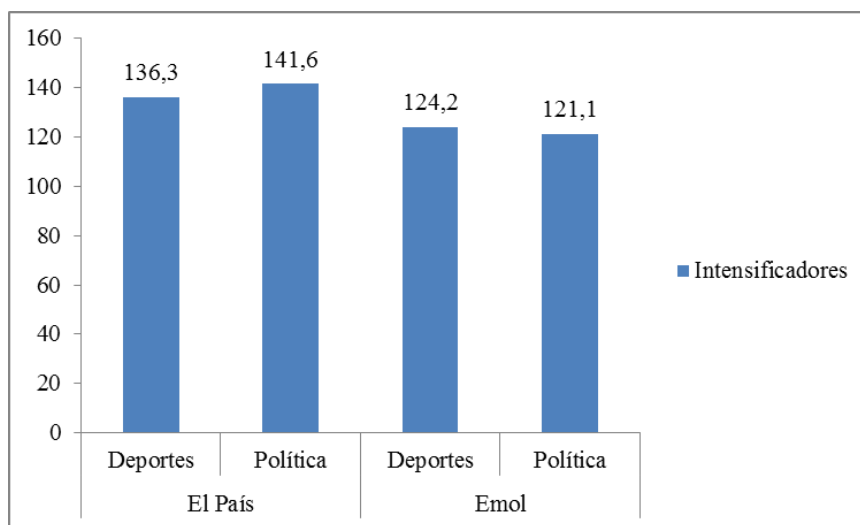


Figura 39: Gráfico de frecuencia de intensificadores por periódico y ámbito

Ahora bien, en cuanto a los casos que se han considerado en esta sub-categoría, nos ha parecido importante, al igual que en el caso de los atenuadores, ampliar los mecanismos de análisis, más allá de lo que se ha realizado comúnmente en los estudios metadiscursivos. Como se ha mencionado anteriormente, dada la naturaleza de nuestros discursos, parece pertinente emplear categorías de análisis desde el análisis del español coloquial que ya se han utilizado en otras investigaciones sobre la CMO (cf. SanMartín, 2007; Pano, 2013; Mancera y Pano, 2013b). En este sentido, los casos se han reunido en 6 grupos diferentes, a partir de las características planteadas en Briz (2001) y Albelda (2004). Briz (2001, p. 116) destaca que “la intensificación se logra mediante recursos morfológicos, sintácticos, léxicos y fonéticos, y con frecuencia combinando varios de éstos. Cualquier categoría léxica puede verse afectada por este realce pragmático”. En este sentido, y siguiendo al autor, los grupos son: léxico semánticamente marcado como más intenso, cuantificadores, realce de los participantes de la enunciación, repeticiones, aspectos fonéticos y, por último, elementos morfológicos.

En la Figura 40, se muestran las frecuencias de cada uno de estos grupos según los periódicos. Se observa que en ambos periódicos el léxico semánticamente marcado como [+intenso] y los aspectos fonéticos son los recursos más empleados. Mientras el primero presenta una mayor frecuencia en El País, el segundo la tiene en Emol.

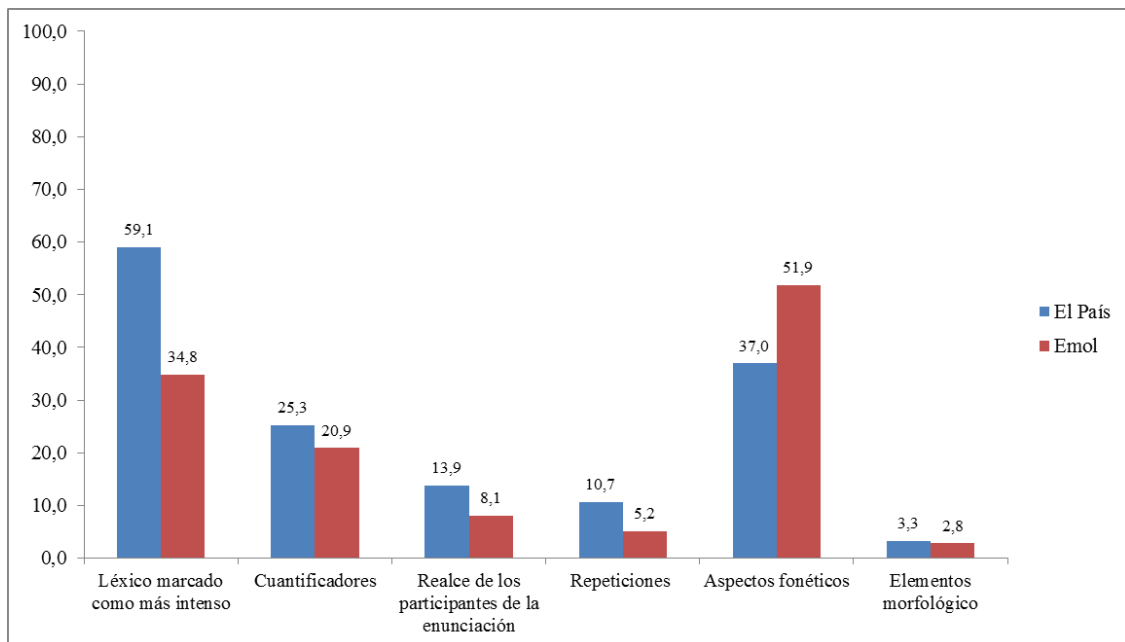


Figura 40: Gráfico de frecuencia de los casos de intensificadores por periódico

En relación con el ámbito temático, en la Figura 41 se muestra la frecuencia de uso de cada grupo de casos analizados y se puede comprobar que no habría una correspondencia directa y sistemática entre el empleo de ciertas estrategias con el ámbito temático al que pertenecerían los comentarios de noticias.

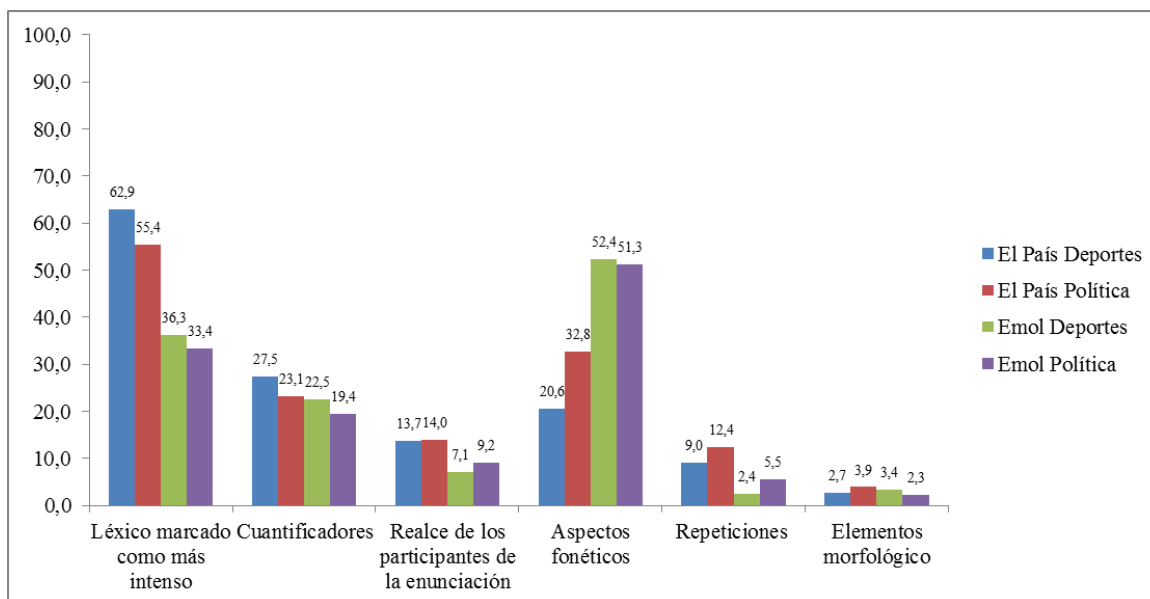


Figura 41: Gráfico de frecuencia en los grupos de realizaciones de los intensificadores por periódico y ámbito

A continuación, se detallarán los casos específicos de cada grupo, con el fin de ilustrar de mejor manera el comportamiento de los intensificadores en el corpus. En primer lugar, el léxico semánticamente marcado como más intenso se refiere a que cada unidad considerada presenta el rasgo [+intenso] (cf. Briz, 2001, p. 122). El análisis de este grupo se ha realizado considerando su función, es decir, verbo, adverbio, sustantivo o adjetivo. En concreto, se han revisado por separado los cuantificadores (del tipo *muy* o *bastante*) que cumplen una función adjetiva, para así aclarar los resultados posteriores. En la Tabla 22, se muestran las frecuencias de cada caso. En los 4 sub-corpus el más frecuente es el uso de la función adverbial y, el menos frecuente, la función sustantiva. Llama la atención, asimismo, que la frecuencia del uso de verbos sea bastante superior en los sub-corpus del El País que en Emol. Por otro lado, si nos detenemos en la influencia que ejercería el ámbito temático, solo se podría manifestar que en el caso del uso adverbial habría tal actuación, puesto que los comentarios de noticias deportivas presentan una frecuencia mayor en comparación con los de política.

Tabla 22: Frecuencia de uso de los casos del léxico semánticamente marcado como más intenso

	El País		Emol	
	Deportes	Política	Deportes	Política
Adverbio	51,1	40,5	29,7	27,4
Adjetivo	1,3	3,2	2,9	1,5
Verbo	9,7	9,6	2,6	3,7
Uso enfático de la conjunción pero	0,4	0,1	0,8	0,3
Sustantivo	0,4	2,0	0,3	0,4

En segundo lugar, los cuantificadores hacen mención a aquellas partículas que cumplen la función de ponderar la cantidad de veces que se repite o insiste sobre un determinado término o concepto. En la Figura 41 se observaron las frecuencias de uso de este grupo de análisis. En ella se pudo percibir que habría alguna relación entre el ámbito temático y la frecuencia de los cuantificadores, puesto que los sub-corpus de comentarios de noticias deportivas presentaban una mayor frecuencia de estos elementos (como *muy*, *mucho*, *muchísimo*, *demasiado*, *bastante*, etc.). Sin embargo, dada la diversidad de posibilidades, no se ha vuelto a efectuar una categorización interna.

El realce de los participantes de la enunciación se refiere a la presencia explícita del *yo* y el *tú* en la interacción comunicativa y se constituye en uno de los elementos centrales de la descripción del español coloquial. Según Briz (2001, p. 133):

[...] la presencia explícita del *yo* es un recurso a partir del cual se maximiza el papel del mismo en la conversación; es decir, el *yo* realza su presencia y eleva su imagen, incluso a veces en perjuicio del *tú* [...] Y junto a la personalización del *yo*, aparece con frecuencia personalizado el *tú*. A través de dicha personalización se maximiza el acto ilocutivo que afecta al *tú*.

En la Figura 42, se advierte que existe un mayor uso de la personalización del *yo* que la del *tú*. Además, hay una mayor frecuencia en El País que en Emol, si se comparan solo periódicos. Dichas diferencias podrían radicar en las características que facilita la plataforma para realizar los comentarios en ambos periódicos; como se ha dicho a lo largo de esta investigación, *Eskup*, la plataforma de El País, se define como una red social que permite la conversación entre los miembros que deseen participar y este carácter decididamente conversacional que intenta impulsar la aplicación podría incentivar una perspectiva conversacional en los comentarios, que promueve el registro

coloquial. Así, reforzaría el hecho de que el español coloquial tiene un carácter egocéntrico (Briz, 2001, p. 84). De otra parte, si se presta atención, de hecho, el ámbito temático influiría en la frecuencia de la personalización del *yo*, ya que los sub-corpus de comentarios de noticias políticas cuentan con mayor presencia de este recurso.

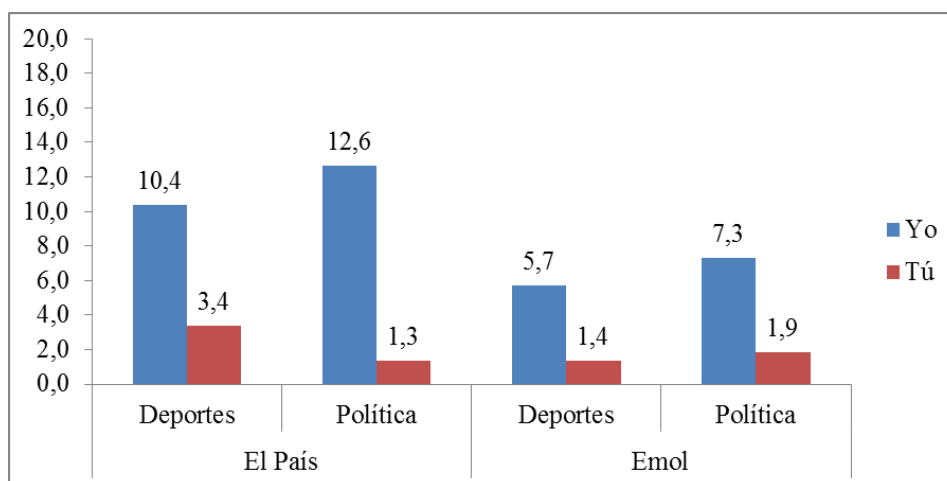


Figura 42: Gráfico de frecuencias realizaciones de realce de los participantes de la enunciación

En cuarto lugar, las repeticiones de diferentes mecanismos han sido consideradas, en general, como estrategias intensificadores, sobre todo en el español coloquial (Briz, 2001). Estas repeticiones se centran en general en describir repeticiones de tipo léxico, sin embargo, en nuestra investigación ha resultado necesario ampliar las unidades que podrían ser reconocidas. Así, junto con las repeticiones léxicas se han integrado los pleonasmos (*él mismo, persona humana*), ya que concebimos que los pleonasmos son una forma de redundancia entendida como la repetición de informaciones léxicas o gramaticales (Bosque, 2004). Con respecto a temas operativos relacionados con el propio etiquetado, solo se han contemplado aquellas repeticiones que consten de al menos tres elementos, para así asegurarse que haya una intención clara por parte del escritor y que no sea un error de escritura que existió.

En la Figura 43, se aprecian las frecuencias de las partículas analizadas en este contexto según el periódico y el ámbito temático. En ésta, resalta el hecho de que la repetición léxica es muy superior en el sub-corpus de El País política.

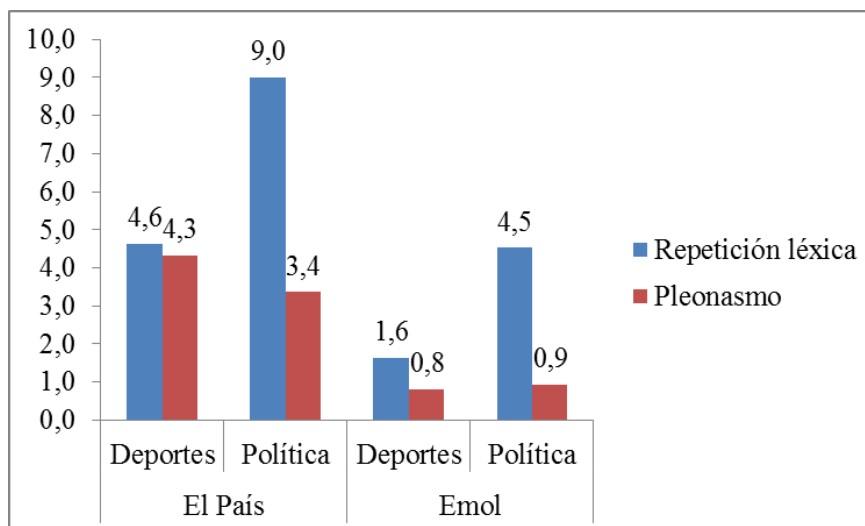


Figura 43: Gráfico de frecuencias y tipos de los casos de repeticiones

En quinto lugar, Briz (2001) también consideraba que uno de los mecanismos para intensificar era recurrir a recursos fonéticos como la entonación o el alargamiento vocálico. En nuestro corpus, efectivamente, se han dado cuenta de casos de alargamiento vocálico con función intensificadora. No obstante lo anterior, a partir del análisis realizado fue posible detectar otros fenómenos relacionados: por un lado, el uso de mayúsculas, que pretende simbolizar hablar fuerte o a gritos, lo que intensificaría el mensaje que se quiere transferir (Pano y Mancera, 2014). Por otro, la repetición de signos de puntuación, específicamente de interrogación y exclamación, que se relacionarían con subidas de tono para intensificar las funciones interrogativas o exclamativas (cf. Yus, 2005; Pano, 2008 y 2009). A este respecto, en el etiquetado, el de estas estrategias solo se consideró cuando había una intención clara e identificable por cumplir cierta función pragmática. Así, por ejemplo, aquellos comentarios que se hubieran escrito en una gran parte o en su totalidad con mayúsculas no fueron considerados en el análisis o, por su parte, el alargamiento vocálico solo se tomó en cuenta cuando las vocales que se repetían eran más de dos. Con respecto a la repetición de signos de puntuación, éstos solo se consideraron si eran más de dos escritos de manera consecutiva y no se tomó en cuenta la repetición de puntos, porque este tipo de recurso cumpliría la función de guiar las explicaturas de alto nivel (Figueras Bates, 2014).

En la Figura 44 se muestran las frecuencias de estos dos elementos. Destaca el uso de mayúsculas por sobre el alargamiento vocálico y la repetición de signos de puntuación en los 4 sub-corpus, además, en los sub-corpus de Emol hay una frecuencia

mucho mayor de uso de mayúsculas que en El País, lo que podría estar relacionado con que el tema general de los documentos que se escriben y la plataforma empleada para comentar promueven el uso de estas estrategias. También, al comparar los sub-corpus por ámbitos temáticos, se reconoce que en los sub-corpus de comentarios de noticias políticas el uso de mayúsculas es más frecuente que los de noticias deportivas.

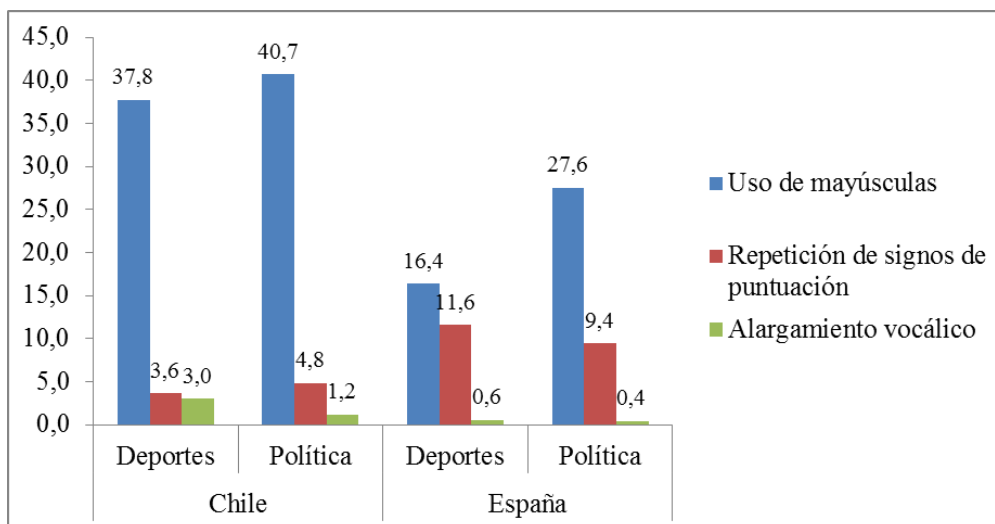


Figura 44: Gráfico de frecuencia de los aspectos fonéticos

En sexto y último lugar, el empleo de recursos morfológicos para intensificar fue el menos frecuente de todos. Dentro de estos recursos, se detectó el uso de: prefijos de intensificación (*re*), sufijo de intensificación (*-azo*), superlativo (*-ísimo*) y elementos compositivos con un carácter intensificador (*hiper*). En la Tabla 23, se especifican las frecuencias de los recursos antes mencionados. Al respecto, solo cabe destacar el uso de superlativos en los 4 sub-corpus y que no habría relación entre la frecuencia de estos elementos y el ámbito temático.

Tabla 23: Frecuencia de uso de los casos de elementos morfológicos

	El País		Emol	
	Deportes	Política	Deportes	Política
Prefijo de intensificación	0	0	0,14	0,5
Sufijo de intensificación	0,1	0	0,14	0,0
Superlativo	2,5	3,8	2,32	1,2
Elemento compositivo intensificador	0	0,1	0,82	0,5



Para finalizar, en los Anexos 8, 9, 10 y 11 se encuentra el detalle de los casos en cada uno de los sub-corpus. En ellos, se puede apreciar que desde el punto de vista de estrategias seleccionadas no hay mayores diferencias si se considera solo el periódico o el periódico junto con el ámbito temático. Las diferencias entre los sub-corpus se observan en las frecuencias de ciertos elementos, sin embargo, la mayoría de los casos recae sobre un mismo grupo de partículas en los 4 sub-corpus. Con esto, no se quiere decir que los casos sean exactamente los mismos, puesto que, como se verá en el próximo apartado existen algunas diferencias en cuanto al uso de los elementos escogidos. En definitiva, el comportamiento es similar a lo que ocurre en la atenuación, descrita anteriormente.

### 8.3.4 Intensificadores: análisis cualitativo

La intensificación sobre las proposiciones, como ha sido entendida hasta el momento, es uno de los aspectos esenciales para entender el uso de las estrategias metadiscursivas en general dentro de los comentarios de noticias. El foco de la intensificación está en la *interacción* entre los participantes del evento comunicativo: se entiende a partir de una función dialógica en donde, en nuestro caso, el autor desea resaltar cierto acto ilocucionario que le parece relevante para que la intención de su mensaje sea percibida de manera adecuada (Briz, 2001; Albelda, 2004).

En primer lugar, el léxico semánticamente marcado con el rasgo [+intenso] se constituye como la principal estrategia de intensificación dentro de nuestra investigación y se puede llevar a cabo por medio de todas las categorías gramaticales. Así, en 100), se observa que la fuerza semántica que va ligada al verbo *asegurar* realza el compromiso ilocucionario del autor frente a lo que está planteando.

100) No creo que se trate de la gente que se presenta a un mitín, que no se como le ha ido , pero lo que sí sé es que dependiendo de los que los gallegos digáis ahora, el Marrianiillo y sus secuaces se darán por justificados, para seguir robando, apaleando, empobreciendo y ya ¡lo que nos faltaba! VIOLANDO A LAS MUJERES , las suyas y las nuestras, que es para lo que están en el mundo. Están acostumbrados a "violar" las leyes para ponerlas siempre a su gusto e intereses, y ahora se van a por las mujeres, ¡¡ Esto es aún peor aue aquel derecho de pernada de la Edad Media. Vosotros, vais a hacer lo que queráis, por supuesto, pero os **aseguro** que si ya fuera gallego o viviera en Galicia, ¡ME COMIA LA PAPELETA DE MI VOTO, ANTES DE DARSELA

A ESTOS MALDITOS!. Vosotros veréis, que ya sois mayorcitos.(elpaís\_pol\_03\_15)

Junto con el uso verbal, se puede percibir que, en general, los recursos no se manifiestan de manera aislada dentro de los comentarios, en otras palabras, no es extraño que más de una estrategia intensificadora sea empleada por un mismo autor en cada comentario, lo que se puede advertir en el caso 101), en el que, por ejemplo, también se utilizan mayúsculas para intensificar cierto contenido informativo.

101) Estás muy equivocado y tu comentario carece **completamente** de fundamento, egresé de la U. del Mar hace poco y con mis compañeros TODOS tenemos muy buenos puestos de trabajo, tengo amigos Médicos también egresados hace poco la mayoría trabajando y muy bien considerados...el "Cartel" no lo hace la Universidad si no UNO MISMO como persona, durante tu internado y posteriormente como profesional, instancia en el cuál uno saca la cara por aquella Universidad que nos cobijó durante 5 años o más... la cuál los ignorantes acusan de que egresan profesionales chantas...lo que es **totalmente** falso y no lo digo yo sino que los mismos profesionales que nos rodean...no trabajamos con Buscatalentos si no con empleadores reconocidos [...] (emol\_nac\_12\_11).

Asimismo, uno de los casos que más ha llamado la atención es el empleo del *pero* enfático, que si bien no cuenta con una frecuencia elevada, creemos que es igualmente significativo al ser un recurso mucho más asociado a la lengua oral coloquial que a la escrita. De esta manera, la presencia del *pero* enfático en nuestro corpus corrobora, una vez más, la fuerte relación que existe entre el género discursivo con el que estamos operando y el español coloquial conversacional. En concreto, dicha partícula, en estos casos, se despoja de su valor adversativo, con el fin de resaltar el contenido informativo que viene a continuación (Acín Villa, 2003), como se aprecia en el ejemplo 102):

102) Cara de Malo , diste justo en el clavo, dijiste la pura y santa verdad. Son sus tierras y si las quieren arrendar bien por ellos. Y nadie, **pero** nadie se puede erigir como custodio o juez de los mapuches para aprovecharse o embaucarlos con la monserga vergonzosa de que son borrachos, flojos, indeseables y otras calificaciones peyorativas. [...] (emol\_pol\_06\_07).

En cuanto al uso de cuantificadores que cumplen una función intensificadora, su empleo está identificado con la intensificación bien de la cantidad bien de la cualidad (Briz, 2001). Los casos más frecuentes son *muy*, *mucho* y *bastante*, que pueden aparecer incluso en un mismo comentario, como se ve en 103) y 104):

103) No estoy de acuerdo con tu posición en absoluto. Se mire como se mire, el 12 de Octubre es una fecha con un gran significado histórico, que no se agota en las interpretaciones rancias y fachas que, cierto es, la han dominado durante los años del franquismo. Su celebración es **bastante** más antigua que el régimen franquista, y sería una pena que, al final, le cediéramos a una interpretación **muy** particular y **muy** sesgada un terreno -el de la Historia- que es de todos. (elpaís\_pol\_19\_20).

104) La solución es mas fácil de lo que se piensa, ya que no solo el Oviedo esta en difícil situación hay **muchos** clubs en su estado, el reparto de las cuotas televisivas es lo que debería hacerse con la obligacion de que un porcentaje fuera en cascada al fútbol mas modesto, hay que recordar que los grandes generan lo que generan gracias a muchos pequeños y el que no lo quiera ver así esta ciego. Sé que es **muy** bonito tener tantos jugadores buenos en la liga Messi, Ronaldo, etcetc, pero preferiría exportar **mucho** más que importar. Y por supuesto ni un duro público al fútbol.(elpaís:dep\_26\_11)

Además, fue posible documentar casos menos frecuentes y que son llamativos puesto que, al igual que en el caso anterior, están más relacionados con el español coloquial conversacional. En 105), se aprecia el uso de *bien* como intensificador, específicamente, cumpliendo la función de adverbio de cantidad, de manera análoga a *muy* (Arjona, 1990):

105) Creo que acá se cae en los extremos, efectivamente hay gente mapuche que es **bien** trabajadora y de alguna manera ha sacado partido a las tierras que le han sido entregadas, sin embargo el grupo que más hace ruido, que son muy pocos pero son los que prococan atentados son los que quieren vivir eternamente de revindicaciones históricas y que se les entreguen tierras para depredarlas, y luego venderlas. La solución es lograr lazos con las comunidades mapuches que trabajan en paz y aislar a los grupos terroristas. (emol\_pol\_06\_04).

En el caso de los comentarios analizados de Emol fue posible identificar un caso diferenciador con respecto a otras variedades del idioma. El empleo de *harto* como adverbio de cantidad –con el sentido de *muy*, *mucho*, como entiende la Academia Chilena de la Lengua (2010)– y no con el sentido de *fastidiado* o *cansado* refleja un rasgo distintivo entre los tipos de realizaciones encontrados en cada periódico. En 106), se da cuenta de uno de estos casos en contexto.

106) Francisco Oyanadel, ¿se te caen las bolsas?, Luis Virrueta Contreras, ¿" SOY UNA FLAITE", y " más encima comentando de futbol"?, caballeritos los niñitos...inseguros más encima los pierna peluda, las

mujeres no pueden comentar sobre fútbol...?, ¿está vedado para el "sexo débil"?, Estan **harto** mal de la cabeza los de este post, se nota que la Sociedad no ha avanzado nada en estos años, para uds.(emol\_dep\_26\_09).

En tercer lugar, la intensificación de los participantes de la enunciación se manifiesta de una manera muy clara: empleando el pronombre personal más la desinencia del verbo que lleva consigo el significado que se desea transmitir. En español, basta con usar la desinencia verbal<sup>16</sup> para que se sepa quién es el sujeto de la enunciación. Por tanto, el empleo del pronombre pretende resaltar la posición e importancia de cada uno de aquellos que son parte del contacto comunicativo. Ya Briz (2001) realza el carácter egocéntrico del español coloquial conversacional, lo que se manifiesta de igual manera en nuestro corpus. El realce de los participantes puede estar orientado única y exclusivamente a un *tú*, como en el ejemplo 107), en el que se quiere focalizar la atención en un usuario anterior que ha proferido unos comentarios con los que no se está de acuerdo:

107) Como buen dictador ya le dices a los demás a lo que tienen que dedicar el tiempo. Lo que es mi bien es algo que entra dentro, única y exclusivamente, de mi elección. En otras palabras: **tu no eres** nadie para decir lo que es o no beneficioso para mí. En cuanto a los de el "resto de los españoles" me parece que lo que **tú defines** como "españa" está muy lejos de lo que otros podemos considerar. Pero, al parecer, tiene que ser la españa que **tu consideras** aquella que tenemos que considerar los demás. (elpaís\_dep\_03\_20).

Al mismo tiempo, se puede identificar tanto el *yo* como el *tú* dentro de un mismo comentario, con el objetivo de definir el ámbito de acción que realiza cada uno de ellos, estableciendo una distancia entre lo que significan y representan, básicamente, el *yo* y el *tú*, como en los casos 108) y 109). Aquí, además, se hace patente que no existe una relación jerárquica entre los participantes de la enunciación, si bien no es familiar, sí hay un grado mayor de horizontalidad entre los usuarios.

108) el proceso que mencionas es muy diferente al catalán. españa es un estado y potencia desde hace 500 años. eslovenia, croacia, montenegro y kosovo son parte de un proceso de desintegración tanto de la unión soviética como de yugoslavia (te acuerdas de los estados satélites no?). españa es distinta. quebec es un estado federal. imagínate que EEUU o Mexico reconocieran a quebec como independiente! quien se gana de enemigo a un país? **cuéntame tú**, de verdad, crees que francia romperá

---

<sup>16</sup> Salvo en aquellos casos en que las desinencias de la primera persona singular se confunden con las de la tercera persona singular.

relaciones con españa por cataluña? te parece que marruecos desconocerá al gobierno español prefiriendo a cataluña? crees que la unión europea que por normativa reconoce su fundamento en el trato igualitario de sus estados que preferirá a una comunidad que a un estado miembro? **yo creo** que cataluña se merece su independencia. pero creo que proponerla ahora, usando la precariedad de la gente es vergonzoso. creo que el que apoye a un partido como ciu no tiene idea de lo que es la equidad. y creo, con perdón, que tus argumentos son muy débiles. (elpaís\_pol\_17\_16).

109) Pedro. **tu no eres** hincha de colo colo, no seas idiota nuestro país está por sobre cualquier club...**yo también soy** hincha del colo colo pero apoyo a sampaoli porque es el más indicado para dirigir nuestra selección y también apoyo a los jugadores de la U y católica nominados a equipo ideal de América porque son jugadores chilenos, debemos unirnos todos y apoyar a la selección porque tenemos jugadores y plantel como para clasificar directo al mundial. (emol\_dep\_09\_03)

En 109), además, destaca el desacuerdo entre los participantes y el realce del *tú* se ve intensificado (aún más) por el uso del vocativo inmediatamente anterior. Sin embargo, la intensificación a través del realce de los participantes no tan solo puede estar orientada al desacuerdo, sino que también hacia el acuerdo, como se observa en 110):

110) Alvaro Perez contundente respuesta la que has dado a Esteban Ponce, mira no soy de derecha y nunca lo seré, pero lamentablemente **tu tienes razón**. Fui concertacionista y esta manga de cretinos no hizo absolutamente nada por tratar de cambiar el modelo educacional y menos fiscalizarlo...**yo termine** de votar por la concertación con el "capitán planeta" otro chanta y mentiroso. Si bien es cierto que es la derecha la ideóloga de la educación que tenemos actualmente, esta va a ser siempre la misma con sus valores de amor al mercado y el lucro...pero a los maricones de la concertación es a la que hay que pasarle la factura de 20 años de sinvergüenza y carerajismo.(emol\_pol\_03\_01).

Como ya se ha puntualizado, el uso de las estrategias intensificadoras suelen ir acompañadas de otras, para que así no queden dudas sobre la intención del hablante, como se observa en 111), en donde junto al realce del *yo* se intercala una partícula que vuelve a intensificar esa posición:

111) [...] **yo realmente no entiendo**, el porque se defiende tanto al sr. claudio borghi, realmente no entiendo el afán de los medios de comunicación de este país para seguir defendiendo a el sr borghi tras tantos fracasos a la fecha, la verdad me pregunto y no lo entiendo (solo lo entiendo de una forma que solo entraría a humillar y denostar a los

periodistas de este país) por que de otra manera no lo entiendo . el sr claudio borghi le a bajado el nivel a esta seleccion de manera impresionante , no solo con lo futbolistico que clara mente es lo mas importante , sino con su ordinaries , escuchar a borghi en ecuador con su forma de hablar realmente me impresiono parecia mas un entrenador de barrio que un seleccionador naciona [...] (emol\_dep\_06\_29).

Con respecto a las repeticiones, como ya se hubiera especificado, éstas pueden llevarse a cabo de tres maneras diferentes. Las repeticiones léxicas o de expresiones es uno de los mecanismos básicos para intensificar que ha identificado Briz (2001). En nuestro corpus, hemos documentado tanto expresiones (en 112) y 113) como palabras (en 114) que se repiten, para dar un mayor énfasis a cierta idea que se quiere transmitir:

112) Desgraciadamente se llevan muchos años educando en el odio a España y a lo español. No solo en los colegios. También y sobre todo en los medios de comunicación. Algunos están empeñados en que sintamos vergüenza de ser españoles. Si quieres a tu país, **es que eres un facha**. Si te molesta que abucheen tu himno, **es que eres facha**. Si te molesta que quemen tu bandera , **es que eres facha**. Es lo que nos quieren hacer creer. Me pregunto ¿Quién se está beneficiando de tamaño engaño? (elpaís\_pol\_16\_19).

113) Que lamentable que todo un país tenga tanta ilusión, o mejor dicho tenia tanta ilusión y por nada. Lamentablemente hoy tenemos el peor de los partidos, **jugamos en contra de** la Historia, un partido oficial ganado en 80 años, es una vergüenza, equipos mucho mas inferiores a nosotros tienen mas victorias, **se juega en contra de** Argentina, **en contra de** los puntos que le urgen al equipo, **se juega en contra de** lo mal que viene jugando Chile, **se juega en contra de** las ausencias, en contra de los irresponsables que se hicieron expulsar por incapacidad frente al rival.....y lo peor **se juega en contra del** pésimo cuerpo técnico que esta a cargo de Chile. [...] (emol\_dep\_02\_08) .

114) Este Gobierno es maravilloso ha provocado los Milagros más increíbles :

**Bajan** los Pobres (Casen adulterada)

**Bajan** los curados(Test de alcoholes descalibrados)

**Bajan** los alimentos( Canata Familiar año del Ñafle)

**Bajan** los Mayores Puntajes Nacionales( pésima calidad y fraude en las acreditaciones)

**Baja** la participación de las Mujeres(aún no he escuchado a la Ministra del Sernam)

En fin lo único que sube es la Delincuencia de Cuellos y Corbata cuyo Estado Mayor radica en Morande 80. [...] (emol\_pol\_21\_03)

El uso de pleonasmos, en este caso la repetición de un mismo concepto por medio de otro recurso léxico, se concentra, principalmente, en la realización de *mismo*, para

resaltar o bien a un pronombre que puede formar parte o no de la enunciación del comentario o a un elemento que es compartido por el escritor y su potencial audiencia, como se ve en 115):

115) Luis Villarroel Gacitua la verdad que vivo en éste **mismo** país, y las estadísticas dicen que el proceso penal el 75% de las causas terminan con condena a penas aflictivas esto es tres años y un día de presidio, y el en el 70% se acoge la prisión preventiva. ¿de donde saca esto? de las mismas estadísticas que dicen que el país crecer al 6% o que la pobreza bajo a un 8%. Lo que pasa que al aparato judicial y fiscal e incluso penitenciario no dan abasto (emol\_pol\_10\_04).

Sin embargo, también se encuentran casos que se identifican más con registros lingüísticos menos planificados, como lo es la conversación coloquial. En 116), se aprecia el caso de *persona humana*:

116) Los ejemplos que usted pone no sirven, pues ninguno de ellos es un estado independiente. Si acaso, Chequia y Eslovaquia podrían servir, aunque Checoslovaquia era un estado artificial y de reciente constitución, y además, la separación fue de común acuerdo. De todos modos, mi reflexión personal es que la **persona humana**, lejos de ser inteligente, más bién me parece bastante idiota. Las fronteras no deberían existir. La mitad del dinero que se gasta anualmente en protegerlas, sería suficiente para que la mitad de los problemas que nos afligen dejaran de existir. Pero bueno, a crear más fronteras y rivalidades. ¡Fabuloso! Saludos. (elpaís\_pol\_11\_20).

El uso de recursos fonéticos con un fin intensificador es una de las características principales que se emplean en el español coloquial conversacional. En la CMO, se ha recalcado sobre el fuerte componente oral que se manifiesta en diferentes géneros como el *chat* o el correo electrónico<sup>17</sup> (Pano, 2008; Yus, 2010). En este sentido, los usuarios recurren a una serie de estrategias que buscarían emular los mecanismos que se usan en la lengua oral para intensificar en los comentarios de noticias. Se han destacado, anteriormente, tres mecanismos diferentes. El alargamiento vocálico es el primero de estos mecanismos que se han considerado en esta investigación, que, por lo general, en los estudios de la CMO no se ha considerado, sistemáticamente, como un recurso intensificador, sino que más bien ha sido entendido como un simple reflejo de un rasgo oral dentro de los géneros digitales, desde los primeros estudios de CMO en español (Mayans i Planells, 2000) hasta los actuales (Figueras, 2014). En nuestra investigación, si bien la frecuencia no fue muy elevada en comparación con los otros fenómenos

---

<sup>17</sup> En las primeras etapas del estudio de la CMO, se solía hablar de la *oralización* del texto electrónico.

fonéticos, son igualmente importantes de destacar, en la medida en que dan cuenta de que los comentarios de noticias, al ser un tipo de CMO que presenta una estructura no jerárquica y que favorece el intercambio de mensajes en un registro coloquial (Herring, 2007; Pano, 2008). En 117) se da cuenta de dos realizaciones en un mismo comentario, en donde se quiere resaltar el contenido informativo que ya está siendo intensificado por medio de cuantificadores, por lo que se entiende que el usuario espera que no queden dudas sobre su posición sobre este tema determinado:

117) [...] Cuando dicen que para darle a alguien algo previamente se lo quitaron a alguno de ellos, eso ocurre con las riquezas en Chile, pues hace **muuucho** tiempo atras con el gobierno militar cuando incentivaron la venta de las tierras entregadas por la reforma agraria por el precio miserable de un televisor. [...] de acuerdo al tema de educacion, hay que cambiar **muuuchas** cosas.. sin ir más lejos, mi polola es educadora de parvulos (de quien me siento muy orguyoso) y ella tiene experiencia trabajando en el extranjero, habla dos idiomas, reconocida como profesora en USA, estudios en universidades extranjeras, etc. [...] (emol\_pol\_13\_13).

Por su parte, en 118), el alargamiento vocálico está acompañado de otras estrategias intensificadoras identificadas con los aspectos fonéticos: la repetición de signos de puntuación (en este caso, de exclamación) y el uso de mayúsculas:

118) ¿Por qué tiene que haber en España comunidades con privilegios?¿por qué? y por qué tienen que haber unos votos que valgan más que otros ? ¿por qué? y ¿por qué la justicia no actúa cuando la corrupción es del PP? ¿por qué? ¿por qué? unos que no tienen culpa sufren la crisis más que otros que si la tienen? ¿por qué? Me parece que hay que trabajar mucho para que esta democracia sea más justa ¿si dura? ¡¡¡¡**JUSTICIAAAAAA** DONDE ESTAS!!!! (elpaís\_pol\_19\_16).

Con respecto a la repetición de signos, en diferentes estudios (cf. Pano, 2008, 2009), se ha mencionado el carácter intensificador de este fenómeno, al intentar reproducir una subida de tono, que en la lengua oral se identifica como un recurso enfatizador (Briz, 2001). Tanto en 119) como en 120), se emplea la repetición de los signos de interrogación para representar el tono que tendría en la lengua oral la pregunta intensificada. Asimismo, cabe destacar que en estos casos lo que se lleva a cabo son preguntas retóricas, que, por definición, aluden directamente al interlocutor esperando lograr algún grado de compromiso con la información que se está entregando.

119) Una España a la carta dirás hay naciones y culturas dentro del territorio que merecen respeto y nunca llegó de manos de Castilla su oscuridad es enorme ni el mejor Oculista se atrevería a tratarlo crearon más



confusión Haciendo más autonomías que nunca fueron solo para entorpecer y ahora saben o siempre lo supieron lo que el pueblo necesita y los franquistas que no es más que el sentimiento Castellano oscuro y Duro nos mete en un problema para que no salir de él y fácilmente se saldrá si ponemos empeño en ser lo que nosotros queremos ser no lo que está escrito pues de Castilla a los Gallegos solo nos llegó Hambre?????? QUIEN QUIERE A ESPAÑA y quien es su ENEMIGO,???????? te dejo eso de tarea para que lo averigües.(elpaís\_pol\_08\_21)

120) Que perdido esta este equipo, no juega a nada, la defensa un desastre, puros chispazos de los jugadores, y la impotencia de los jugadores provocan que se cometan las estupideces que hace Vidal.....No hay un equipo, solo es un grupo de jugadores, buenos jugadores sin un claro sistema de juego.....CUANDO SE VAN A DAR CUENTA LOS SEÑORES DIRIGENTES DEL FÚTBOL CHILENO QUE HAY QUE HACER UN CAMBIO URGENTE????? CUANTAS DERROTAS MAS NECESITAN????? 5 AL HILO Y 14 GOLES EN CONTRA NO ES SUFICIENTE???, QUIEREN QUE EL EQUIPO VAYA A HACER EL RIDICULO A PERU Y AHI HACER ALGO????? JADUE, PONTE LOS PANTALONES Y HAZ ALGO, Y BORGHI, POR FAVOR ANDATE, TEN DIGNIDAD Y RENUNCIA DE UNA VEZ, NADIE TE QUIERE EN LA ROJA..... (emol\_dep\_08\_09)

Con relación al uso de mayúsculas, este es un rasgo que se ha descrito desde las primeras investigaciones sobre la CMO (Mayans i Planells, 2000 y 2002; Belda Medina, 2002; Pano, 2008; Yus, 2010; Mancera, 2014), por lo que se trata de un fenómeno bastante asentado en la CMO. Dada su alta frecuencia, se entiende que ya se ha instaurado como una norma, es decir, una convención social implícita adoptada por los miembros de una comunidad de habla sobre el uso de mayúsculas para enfatizar cierto contenido, que representaría una alza en el tono de la voz, asemejándose a un grito (Mancera, 2014). Como se ha especificado, un segmento para que pueda ser identificado efectivamente como tal debe diferenciarse del resto del contenido del mensaje, esto es para nuestros propósitos, un comentario que está escrito casi en su totalidad o en una gran parte en mayúsculas no podrá ser interpretado como un uso intencionado por parte del hablante por intensificar alguna parte de su contenido. En 121) y 122), se entregan dos ejemplos claros en los que el uso de mayúsculas quiere representar una subida de tono en la voz con el fin de intensificar un segmento discursivo.

121) No, no hay qué perseguirlo, al revés ,hay que cultivarlo como bien cultural, pero cuando se habla de él, hay que darle el **RANGO** real que tiene. Y para mí el separatismo lo que da, es un nivel de

**INCULTURA**, algo cercano a la enfermedad de una sociedad inmadura, que para más **INRI** intenta aprovechar de forma desleal la **CRISIS** para intentar conseguir sus desvaríos. Luego no sucederá ( la secesión ) pero muchos considerarán esta actitud en el futuro cómo una mancha más en la historia de los nacionalismos...y eso no es bueno para nadie.(elpaís\_pol\_01\_08)

122) Tu debilidad mental nuevamente te está matando Borghi. Y por tu historial, careces de resiliencia. Para que no termines "estresado" mejor da un paso al costado antes que los pocos colocolinos que aun te apoyan, te desprecien como dt nacional. No sirve un dt sin capacidad de reacción y que no de la cara en la adversidad. Si realmente sientes cariño por este país, **RENUNCIA HOMBRE!!** No eres dt de selección y punto. (emol\_pol\_04\_05).

Por último, aunque los elementos morfológicos fueron aquellos que, en comparación con el resto de estrategias intensificadoras, presentaron una menor frecuencia, sus realizaciones demuestran la vitalidad del sistema lingüístico por aprovechar las características contextuales (pragmáticas) del entorno comunicativo, pudiendo aparecer elementos que en situaciones menos coloquiales no podrían suceder, como en el caso del elemento compositivo *hiper* en 123) o el superlativo en 124):

123) Siii chicos lo que dicen es súper cierto, yo solo me refería a los últimos partidos que fue todo muy rápido, es como si al entrenador se le hubiera olvidado jugar a la pelota :( onda puro experimentos ... Y lógico que si jugamos con dos delanteros que no hace nada, como Suazo y el chico maravilla, menos habrán goles y para que hablar de la defensa ... Jugadores que no salvan a nadie ... De todos modos no me gusta que se habló del cambio de dt cuando tenemos un partido **hiper** importante por delante ... Después de el hablemos de lo que queramos ... Pero lo que ustedes dicen es súper cierto (emol\_dep\_21\_07)

124) a este hombre le deberían haber prohibido la participación en sus últimos Tour de Francia por hacer de esa gran ronda un espectáculo **aburridísimo**. La culpa la tienen los organismos internacionales de ciclismo por no apostar por un deporte en igualdad de condiciones. [...] (elpaís\_dep\_08\_07)

Otro de los casos que se pudo observar fue el sufijo de intensificación *-azo* que permite una modificación interna a la propia lexía. En 125), este mecanismo se ve apoyado en su intensificación por el adjetivo exclamativo *vaya*:

125) [...] Pobre Real Madrid se habla mas de su entrenador que del mejor club del mundo, pero Mou tiene sus cómplices sobre todo la prensa escrita, radio y TV, que así tienen titulares todos los días, sin analizar la marcha del equipo, solo oigo decir que **vaya equipazo** y no juega un

pimiento, no tiene esquema cada uno va su bola y cuando un equipo le aprieta ni se entera, 180 minutos por detrás siempre en el marcador con un equipo aseadito, esto lo dicen los acolitos antes del partido y después dicen que no pasa nada. Repito pobre Real Madrid , en qué manos esta. (elpaís\_dep\_23\_06)

### 8.3.5 Marcadores de actitud: análisis cuantitativo

Como ya se ha mencionado, el hecho de que la mayor parte de los estudios metadiscursivos se hayan enfocado en la escritura académica ha provocado que los casos que ahí se encuentren no salgan de un marco relativamente esperable. Por lo tanto, los datos que hemos encontrado, sobre todo a nivel de casos, implican distancias con lo que se ha descrito hasta el momento.

Concretamente, en cuanto a resultados en sí mismos, en la Figura 45 se observa que en Emol, efectivamente, la frecuencia de uso de los marcadores de actitud es mayor que en El País (167,9 contra 137,5), lo que demuestra que los usuarios de Emol presentan de manera más usual su posición sobre determinados conceptos o entidades. En comparación con otros estudios metadiscursivos desarrollados en el área de la escritura académica, se puede apreciar que en nuestra investigación la frecuencia es muchísimo más alta que en aquellos: Hyland (2005) reportó 19,2; Mur-Dueñas (2010), 77,1; Mur-Dueñas (2011), 78; y Li y Wharton (2012) 17,7 y 18,6 respectivamente en los dos subcorpus que analizaron; mientras que en pesquisas que se concentraron en discursos similares a los nuestros, como la de González Arias (2014), la frecuencia es similar a la aquí encontrada, es decir, 146,1. Estas diferencias pueden estar relacionadas con tres factores que pueden ser determinantes. Primero, el tipo de género discursivo, ya que los artículos de investigación que se analizan pertenecen a comunidades discursivas con reglas implícitas y rígidas; segundo, el registro coloquial que se fomenta en los comentarios de noticias cumple un rol muy importante en la evaluación de los ítems, tal como se revisó en el caso de los intensificadores que se ven fomentados por el tipo de discurso; tercero, la temática de la que se habla en los comentarios es general (son temas que son transversales a la sociedad) y, por ende, no especializado. Esta falta de especialización del discurso se constituiría como un aspecto crucial para la aparición de los marcadores de actitud. Por otro lado, las diferencias que se encuentran entre ambos periódicos no se pueden interpretar, por el momento, como consecuencia de la cultura que subyace a cada variedad del español, antes que eso, sí se puede aventurar como

hipótesis, que la plataforma que permite los comentarios (es decir, un factor proveniente del contexto situacional) influye en este comportamiento.

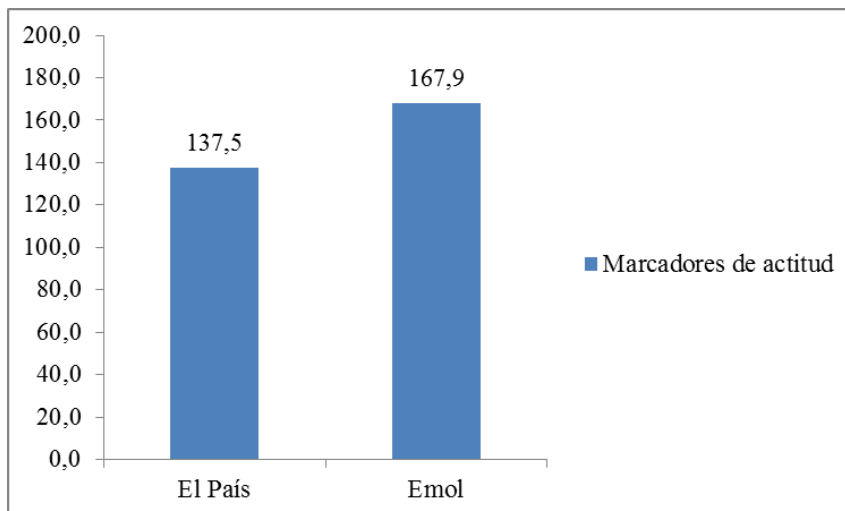


Figura 45: Gráfico de frecuencia de marcadores de actitud por periódico

Ahora, si nos detenemos en la Figura 46, podemos observar que habría relación entre la frecuencia de los marcadores de actitud y el ámbito temático al que pertenecen los comentarios, puesto que tanto en El País como en Emol los sub-corpus correspondientes a deportes presentan mayor frecuencia que política. Lo anterior podría estar relacionado con el tipo de información de la que se trata en cada ámbito temático, dado que se entendería que las noticias políticas contienen un tono de seriedad, en tanto se relacionan con aspectos relevantes para la estructura general del país, por lo que la evaluación de entidades y conceptos no sería una práctica tan extendida como en los comentarios de noticias deportivas, en los que la no especialización y los sentimientos que genera este ámbito pueden aumentar la frecuencia de esta sub-categoría. Al mismo tiempo, se podría extender el razonamiento planteado por Albelda (2010) sobre los factores que influirían en la frecuencia de los atenuadores y considerar, también para los marcadores de actitud, que mientras más factores formales situacionales menor cantidad de estos elementos ocurrirán.

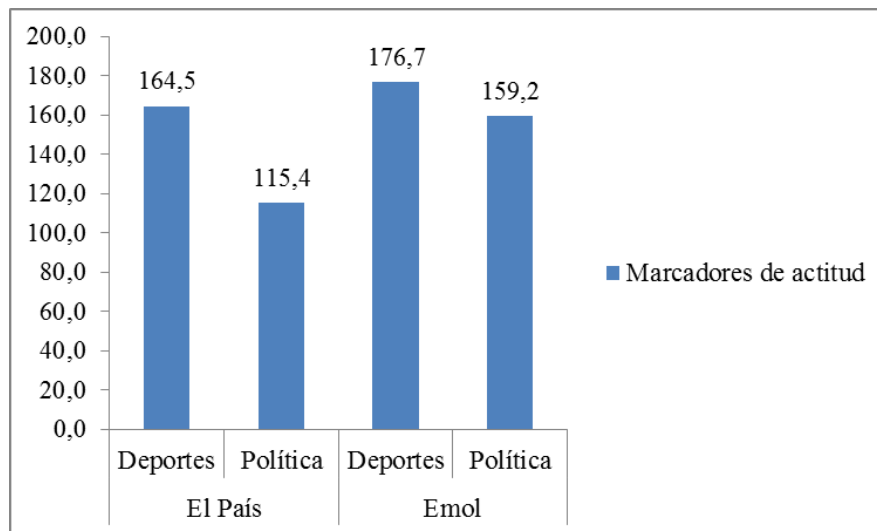


Figura 46: Gráfico de frecuencia de los marcadores de actitud por periódico y ámbito

El estudio de los casos se ha efectuado en tres análisis complementarios: uno léxico-gramatical, para revisar cuáles son las funciones más frecuentes, basado en Mur-Dueñas (2010); luego, uno sobre la gradación de la polaridad de las unidades consideradas, para determinar si los casos son centralizados (neutros) o polarizados, basado en Swales y Burke (2003); y, por último, las características que expresan estas unidades, si están orientadas a la evaluación, la emoción o la significancia, basado en Swales y Burke (2003) y Mur-Dueñas (2010).

En primer lugar, en cuanto al análisis léxico-gramatical, se puede advertir que los adjetivos (*mejor, irresponsable, honesto*) son los casos más frecuentes en ambos periódicos, como se puede observar en la Figura 47, seguidos por los adverbios. Solamente en la función adverbial, se documentan más realizaciones en El País que en Emol. Estos resultados se relacionan, en cierta medida, con lo señalado por Swales y Burke (2003) y Mur-Dueñas (2010) para quien la realización más frecuente fue la adverbial, pero la segunda fue la verbal, a diferencia de lo que ocurrió en nuestro caso.

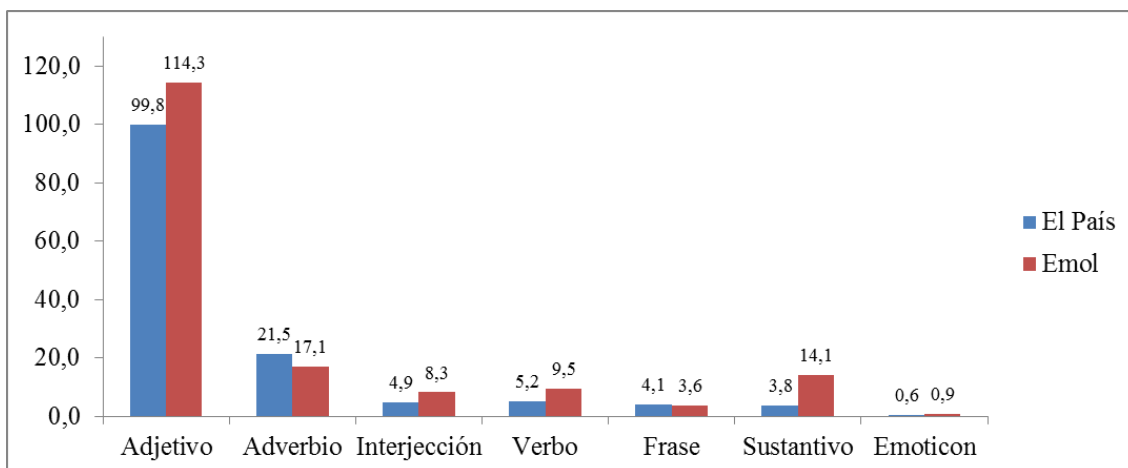


Figura 47: Gráfico de frecuencia de las elecciones léxico-gramaticales por periódico

Por otro lado, en la Figura 48, se puede ver que no habría una relación directa entre el ámbito temático y la frecuencia de las elecciones léxico-gramaticales. Sin embargo, llamaría la atención la diferencia que se presenta en la función adjetiva entre los dos sub-corpus de El País, puesto que el sub-corpus de comentarios de noticias políticas presenta una frecuencia mucho más baja que, incluso, los otros tres sub-corpus.

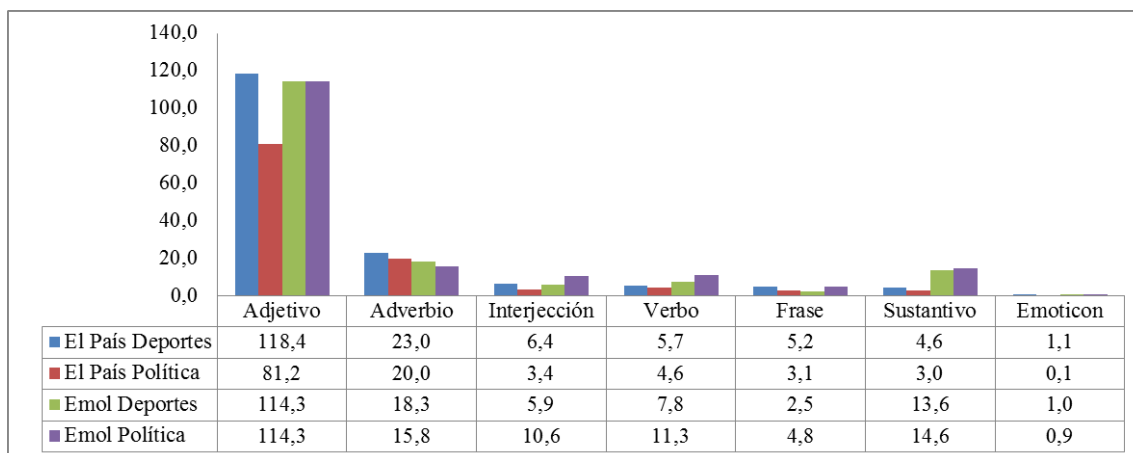


Figura 48: Gráfico de frecuencia de las elecciones léxico-gramaticales por periódico y ámbito

En segundo lugar, se llevó a cabo un análisis sobre la polaridad de las unidades que se consideraron como marcadores de actitud. Swales y Burke (2003) al estudiar su corpus se percataron de que había una serie de adjetivos *extremos* no ocurrían en los artículos de investigación, pero que sí lo hacían en otros registros (fundamentalmente, orales). De esta manera, plantearon un análisis en el que “gradable adjectives can be described as occupying various points along a continuum, with strongly negative adjectives at one pole and strongly positive at the other” (Swales y Burke, 2003, p. 4). Esta idea fue ampliada por Mur-Dueñas (2010) quien consideró, también, las demás categorías léxico-gramaticales para este tipo de análisis.

En nuestro estudio, hemos adoptado esta visión y, en la Figura 49, no hemos notado diferencias en cuanto a la frecuencia dentro de los periódicos, puesto que tanto en El País como en Emol las unidades polarizadas son más frecuentes que las centralizadas, lo que se relacionaría con el tipo de registro que se emplea en los comentarios. Estos resultados difieren con lo documentado, por ejemplo, por Swales y Burke (2003) para quienes los adjetivos centralizados resultaron ser la más frecuente.

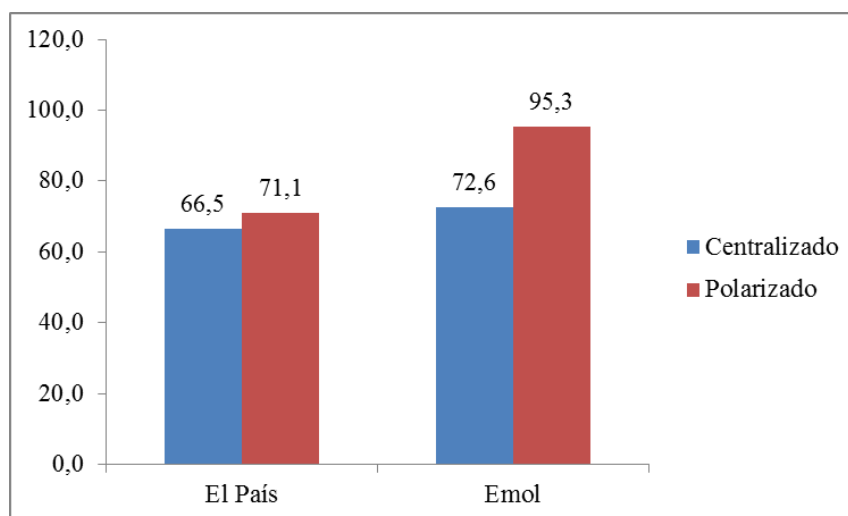


Figura 49: Gráfico de frecuencia de la polaridad por periódico

Ahora bien, si consideramos el ámbito temático, como se distingue en la Figura 50, no podríamos señalar, a ciencia cierta, qué influiría, puesto que si bien los sub-corpus de deportes cuentan con una mayor frecuencia de unidades polarizadas, en los sub-corpus de política, en El País hay mayor frecuencia de centralizados mientras que en Emol,

también hay mayor frecuencia de polarizados. Por lo mismo, el tono o el grado de importancia que pueda tener una noticia, no influiría (al menos en el caso de Emol).

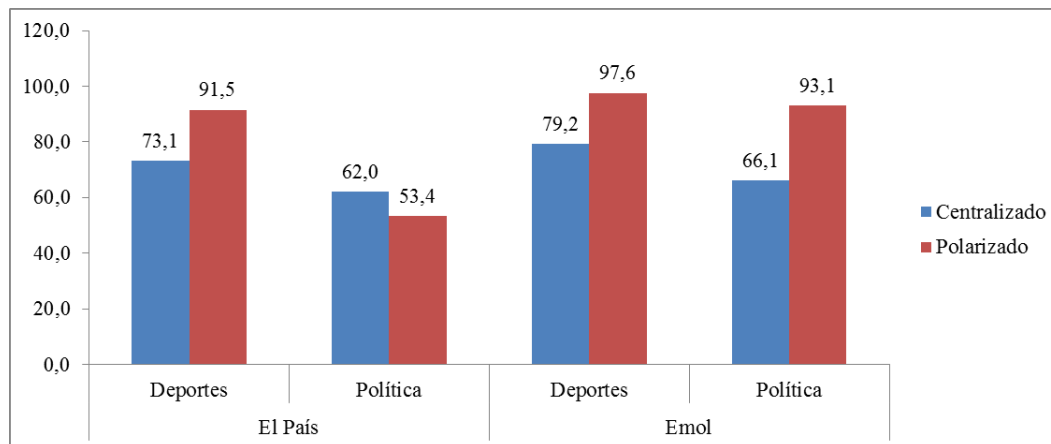


Figura 50: Gráfico de frecuencia de la polaridad por periódico y ámbito

En cuanto a la orientación de cada caso, se han reunido en tres grupos (Mur-Dueñas, 2010) según lo que representan: evaluación (*justo*), emoción (*contento, triste*) y significancia (*esencial, evidente*). En la Figura 51, se observa que la orientación más frecuente es la evaluación seguida por la emoción y, finalmente, la significancia. Al comparar estos datos con los obtenidos por Mur-Dueñas (2010) se nota que, efectivamente, la realización más frecuente es la *evaluación* en las dos investigaciones. Sin embargo, mientras en Mur-Dueñas (2010) la segunda más frecuente es la *significancia*, en nuestro caso lo es la *emoción*, lo que marca una distancia entre los géneros discursivos. En la escritura académica, se busca que el lector sepa cuáles son los aspectos más relevantes en los que debe fijarse para poder seguir lo que está proponiendo el lector, en cambio, en los comentarios de noticias digitales la brevedad, la planificación sobre la marcha y, sobre todo, los propósitos retóricos son completamente diferentes a los que se encuentran en la escritura académica.



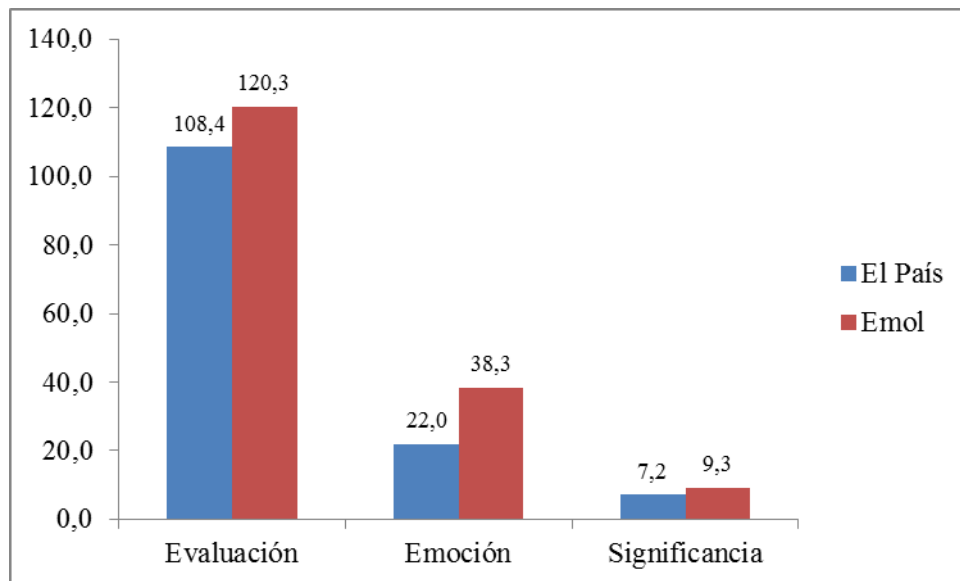


Figura 51: Gráfico de frecuencia de la orientación de la actitud según periódico

Asimismo, al considerar los ámbitos temáticos, como se sugiere en la Figura 52, se puede señalar que no habría influencia en la frecuencia de alguna de estas orientaciones. Solo se destacaría la mayor frecuencia de las partículas relacionadas con la *emoción* en los sub-corpus de deportes, lo que podría estar relacionado con el nivel de compromiso y emotividad que generan los temas deportivos.

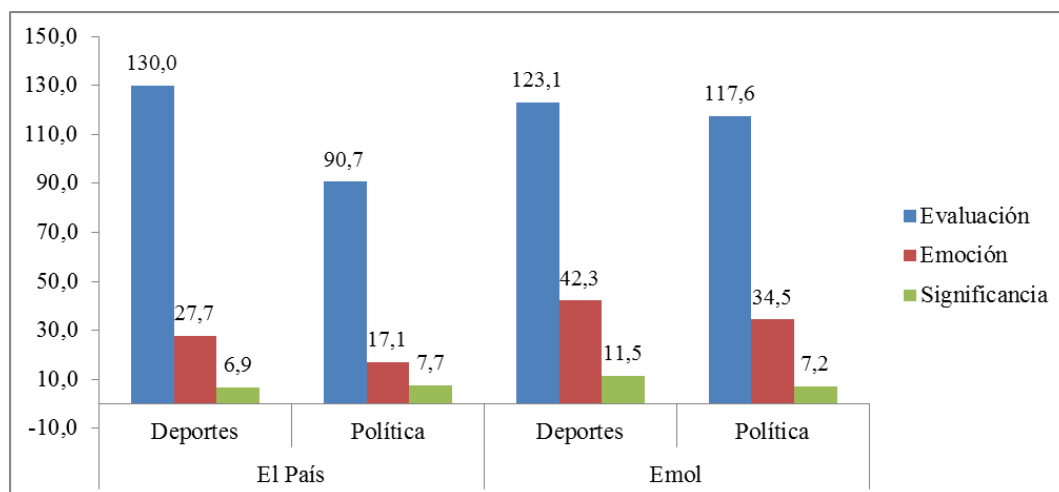


Figura 52: Gráfico de frecuencia de la orientación de la actitud según periódico y ámbito

Por último, si se realiza un cruce de resultados entre aquellas unidades consideradas según su orientación (evaluación, emoción o significancia) y se revisan en función de la polaridad, es posible encontrar interpretaciones interesantes. En la Figura 53, destaca el

hecho de que las estrategias orientadas a la emoción sean mayoritariamente polarizadas, en cambio, aquellas orientadas a la significancia son centralizadas. Con respecto a las evaluativas, resalta el hecho de que en los sub-corpus de Emol se noten grandes diferencias, puesto que hay una frecuencia mucho mayor de unidades polarizadas en lugar de centralizadas.

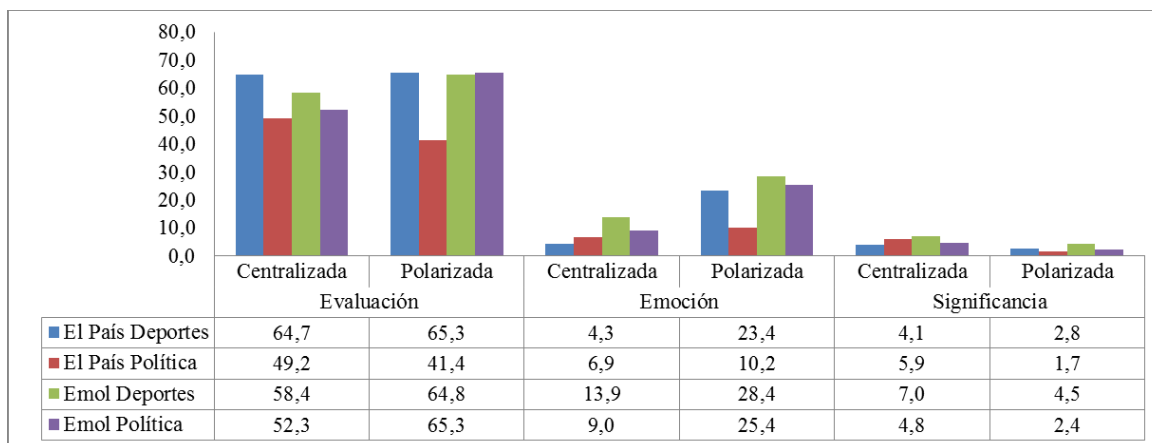


Figura 53: Gráfico de frecuencia de la orientación de la actitud considerando la polaridad por periódico y ámbito

Para finalizar, en los Anexos 12, 13, 14 y 15 se encuentra el detalle de casos encontrados en esta sub-categoría, ordenado según la polaridad y la orientación. En éstos se puede reconocer, a diferencia de lo que sucede en otras sub-categorías, que las posibilidades de realización son prácticamente infinitas y no hay un grupo de unidades que se lleve la mayor parte del peso de los casos. En el próximo apartado, se revisarán los ejemplos más significativos y se hará hincapié en aquellos que se relacionen con las características inherentes al discurso digital (como las interjecciones para evocar risas o el uso de emoticonos).

### 8.3.6 Marcadores de actitud: análisis cualitativo

La evaluación de las entidades es una actividad interpersonal crucial para comprender las intenciones de los autores. A partir de estas actitudes, se guía al lector acerca de las apreciaciones que tiene el escritor sobre determinados temas y, por consiguiente, provoca un compromiso y adhesión en la audiencia. El significado actitudinal es negociado de acuerdo con la situación comunicativa a los propósitos retóricos que se busquen en la interacción y al género discursivo. Por esta razón, en este apartado, se recogerán los ejemplos para explicar el comportamiento de esta subcategoría en este contexto comunicativo. La presentación de los casos se llevará a cabo de acuerdo con la orientación (*evaluación, emoción o significancia*) y la polaridad (*centralizado, polarizado*).

En primer lugar, en cuanto a la evaluación centralizada, los casos más frecuentes se identifican con los adjetivos o adverbios que especifican la cualidad o cantidad de lo dicho desde una posición no extrema, como *bien, bueno, mal o difícil*. En 126) y 127) se advierten dos ejemplos de este tipo de significado actitudinal.

126) Me alegro que hayan llamado al chiko Orellana nuevamente es un **buen** jugador y a Carmona también , el que esta sobrando es kondorito Jara y lo de Rabello también me gusta que lo llamen es una **buena** alternativa en el medio y hay ke esperar ke se recupere Valdivia mas alla que digan que es desordenado pero es mejor que todos los medios campistas que tenemos . Ojala se recupere de sus lesiones y vuelva pronto el gran Mago Valdivia . (emol\_dep\_15\_12)

127) Si que es "raro" que se les considere "mayores de edad" para esto y menores para todo los demás: deberían rebajar la mayoría de edad y la emancipación para todo ¿no? Respecto de lo segundo, lo **lógico** es que el futuro de Escocia lo decidan los escoceses (nadie deja de ser "español", "fránces" o "inglés" por irse a trabajar fuera ¿por qué dejan de ser escoceses en la misma situación? No lo entiendo. Por lo demás , estamos de acuerdo, referendum cuánto antes para poder resolver "nuestro" futuro. (elpaís\_pol\_14\_04)

Por otro lado, si bien los casos más frecuentes y prototípicos de la evaluación polarizada son los adjetivos comparativos como *peor* y *mejor*, llama la atención la aparición de expresiones compuestas, frases hechas, que tienen un significado que busca evaluar cierto contenido desde una perspectiva no centralizada. Creemos que la aparición de este tipo de partículas se ve favorecida por el tipo de discurso en el que se

encuentra, dado que son expresiones que se relacionan, principalmente, con la lengua oral, como se puede ver en 128) y 129):

128) exactamente al ser las dos lengua cooficiales no tiene porque pedirle el conocimiento de las dos sino de cualquiera de las dos,es bastante sencillo de entender....la obligación de atender en cualquiera de los dos idiomas oficiales es de la administación no del ciudadanos,en este caso dos técnicos de obra a los que se les exige un conocimiento acreditado del euskera para ejercer su profesión(el conocimiento del castellano queda acreditado por su titulación)...yo estoy de acuerdo con lo que dice la constitución **al pie de la letra**,pero no que la administación se extralimite como es este caso....cooficial es cooficial no lo que tú quieres que sea. (elpaís\_pol\_01\_09)

129) Pilar, Muchas Gracias por tomarte el tiempo de escribir las cosas "**al pan pan y al vino vino**", yo también soy un chileno futbolero cansado de ver a mi país a la sombra de Argentina, Uruguay y Brasil. Somos un país con una larga tradición futbolística y es casi imperdonable que ahora que tenemos jugadores de nivel sigamos siendo una suerte de "Segundones" (porque ni siquiera lo somos xD) en Latinoamérica. Borghi se tiene que ir. (emol\_pol\_06\_09)

Al mismo tiempo, adjetivos considerados como extremos que no tendrían cabida en otro tipo de géneros discursivos (como *cobarde*, *inepto*, *irresponsable* o *mediocre*) que polarizan la actitud del escritor frente a un referente y permiten clarificar su postura política (como en 130) o deportiva (como en 131). En cualquier caso, lo que queda claro al final de cuentas es que los marcadores de actitud se erigen como uno de los rasgos definitorios sobre la posición de un escritor sobre un tema específico.

130) Lo mas triste de esta saga es que se entregan a los que les molesta la conciencia por haber torturado y asesinado...pero el chacal ladron de Pinochet se logro morir sin ser procesaado ni condenado para que pasara a la historia como lo que fue ...un asesino y ladron..y esto gracias a que la concertacion y en particular al **cobarde** de Ricardo Lagos Escobar que hizo arreglos politicos para que asi fuera y no tuvo los huevos para procesarlo ya que no querian que quedara una mancha en la institucion...lo tuvo en la mano para que pagara por sus crímenes , pero prefirio arrastrar los pies hasta que se lo llevo el diablo y el **inepto** y **cobarde** de Frei tampoco tuvo los huevos para juzgarlo , pero si para salir mas tarde a llorar que a su padre lo habian asesinado estos mismos facistas que asesinaron a Victor Jara y a tantos otros....y de la Sra Bachelet ni hablar..inmoral hasta la medula , sabiendo que a su padre lo mando a asesinar la hiena de Pinochet tampoco tuvo la valentia de haberlo procesado y juzgado.....hoy si quieren ser participe de los meritos esta manga de **cobardes** de la concertacion, particularmente los falsoso llamados socialistas.....pobre Chicho se debe estar revolcando en su tumba....lo **ironico** es que estan siendo llevados a la justicia por

un gobierno que ni siquiera es o se identifica con la izquierda.....grande Sebastian Pinera. (elpaís\_pol\_02\_13)

- 131) **Increíble**, DT erre que erre. El Madrid batió la temporada pasada el record de puntos y goles en liga y, sin embargo, Dt habla de jugadores postergados y estupideces semejantes. Si no postergara a los buenos seríamos el Barsa. Es fácil hacer crítica así. Mou es **inepto** y **bocazas** haga lo que haga. Por ejemplo, si jugara más Benzema, el pobrecito postergado por no ser del clan portugués sería Higuain. ¡que obsesión anti Mou! Y, claro, ahora no puede hablar del clan porque Coentreao ha estado ausente de las dos últimas convocatorias: otro pobrecito postergado. Pero ya volverá a la carga con él en cuanto marcelo descansa una semana- Pregunta para los jefes de DT: siempre se argumenta que tiene buenas fuentes en el vestuario que no pueden descubrirse por razones obvias pero, entonces, ¿por qué no ratifican sus historietas los jugadores que salen del Madrid? Granero, por ejemplo, Lass, Pedro Leon ....jugadores postergados : por que no ponen a parir a Mou como si hiciera Ibra con Guardiola, tan **injustamente**, claro (elpaís\_dep\_01\_17)

En tercer lugar, como se ha mencionado anteriormente, la expresión de la emoción resultó ser mucho más frecuente que en otras investigaciones (Mur-Dueñas, 2010). Desde una perspectiva centralizada, el más frecuente ha sido el verbo *esperar*, que representa un deseo sobre algo que gustaría que ocurriera y, al mismo tiempo, se posiciona claramente con aquello que se plantea. La misma situación se puede apreciar con la interjección *ojalá*, como se indica en 132) y 133):

- 132) Jimmy, me da lastima tu pobre comentario, **espero** que tu vida no se base en esas ideas que poco aportan a la solucion del problema, si no que por personas como tu aun no se llegue a conciliar algun tipo de solucion, ademas creo que desde tu oficina bien poco se debe ver los problemas como son en la realidad , **espero** que algun dia te saques las vendas de los ojos y puedas entregar una opinion con alturas de mira. (emol\_pol\_02\_03)

- 133) Gran primera parte de España y segunda de Francia. Un Juanfrán que quiere hacer lo que no sabe motivó la galopada y gol del empate de Francia. Cesc pudo sentenciar el partido con el penalty que paró el meta francés que para eso está. Los delanteros no estuvieron a la altura que el partido exigía e Iniesta no fue el que todos conocemos. Desgraciadamente, viene siendo su constante en los últimos encuentros que le hemos visto. Torres es un desconocido. **Ojalá** se recupere, pero los síntomas no son optimistas. Y Busquet juega bien en su habitual puesto. De pareja en el centro con Ramos carece de la movilidad que ese puesto exige. En cualquier caso, si del Bosque hace los cambios

necesarios y dispone de los jugadores que precisa España se recuperará e iremos a Brasil. (elpaís\_dep\_10\_22).

Sin embargo, a nuestro juicio, los casos a destacar en los marcadores de actitud se encuentran en el eje de las partículas relacionadas con la emoción y polarización, en tanto se ven motivadas por el carácter coloquial y oral de este tipo de género discursivo. Se documenta la presencia de sustantivos que denotan una emoción polarizada negativamente como en 134):

134) Aun recuerdo la cantidad de hinchas Colocolinos llorando cuando el Bichi renunciaba y hablas de inseguridad, y eso de 25 años claro esta bien eso es lo bonito del Club que nada es regalado y aun así sigue sumando mas hinchas día a día, pero crees tu que es necesario ofender al contrincante en un contexto totalmente diferente como lo es una noticia de la selección ?, viejo ahí momentos y momentos y créeme que tu comentario suena resentido con un poco de envidia ya que en los últimos 3 años el colo no ha logrado nada en cambio la U se llena de elogios. por gente como tu el fútbol chileno no da un paso hacia adelante y sigue siendo la misma **estupidez** poblacional de siempre ;) (emol\_dep\_26\_20)

Igualmente, se fomenta el uso de otro tipo de recursos asociados a emociones negativas sobre un determinado concepto, como el empleo de sufijos diminutivos que, en contexto, se orientan hacia una actitud negativa frente a los conceptos, minimizando su valor, como se ve en 135).

135) [...] Recuerdo hace 10-12 anos atras cuando empezaron con la quema de campos y quemaron el campo de mi abuelita que no es luchsinger ni ningun apellido ultraconocido en chile, con un bosque que habia sido sembrado unos diez anos antes, un campo de 20 hectareas que en su mayoría eran cerros y probablemente muy dificil de sembrar y cocechar algo, y saneado por el banco lo que quiere decir que poca relacion tenia ese territorio con ellos. Pq lo quemaron simple pq el intendente no fue hablar con ellos directamente. Me pregunto que paso con todas las donociones que le dio el gobierno frances al senor aucan huilcaman?? Ahora se manifiestan por otro terrorista el tal catrileo que lo unico de mapuche que tenia era el apellido.....Ojalas esta **leserita** pare **rapidito** y empiezen a tratarlos como cualquier ciudadano chileno ya que beneficios les sobran para salir adelante..... (emol\_pol\_06\_26)

En 136), se ve el uso del sufijo despectivo *-ucho* intensificado por el sustantivo *chanta*, que denota una emocionalidad negativa frente a los referentes. En 137), también se muestra el uso del sufijo despectivo *-uzo* con la misma finalidad que el anterior.

136) aunque nos duela , como decía un personaje mano dura señores la democracia se convirtió en libertinaje por parte de un **politicuchos chantas** que se benefician ellos mismos y la gente honrada y trabajadora paga el pato , los derechos humanos ahora existe para el delincuente y no para la gente donde están la agrupación de los derechos humanos que no dicen nada se supone que todos somos chilenos y también existen nuestros derechos como ser humano yo creo que falta plata para que digan algo es la triste realidad.(emol\_pol\_08\_27)

137) [...] Los ladrones: presidentes de comunidades PPros, directivos de Cajas, grandes terratenientes, imPPlicados en PPufos urbanísticos y políticos con amigüitos. Estamos así porque tenemos una banda de ladrones corruPptos operando y Alemania, en cambio, ha hecho sus deberes perfectamente. Aquí, con **gentuza** que prefiere infamar, intoxicar, difamar, mentir, robar, etc, en lugar de trabajar y crear riqueza nos vamos al carajo. Y estos PPros son los principales responsables de la cultura del robo y de la hiPPocresía mentirosa. En primer lugar pagando a becarios para intoxicar las mentes de los demás. Pero Alemania, Francia, Suecia, Finlandia... esa si es gente seria. Aquí el ídolo de los imPPresentables es el más inútil de los españoles (elpaís\_pol\_14\_16) (**sufijo despectivo**)

Además, como se mencionaba, este tipo de discurso fomenta la aparición de unidades que son propias de otro tipo de registros como el coloquial conversacional. Así, por ejemplo, se pueden encontrar onomatopeyas para la risa, de diferente extensión y con distinta cantidad de letras repetidas. En 138), se observa que este recurso es empleado por el escritor para expresar una posición irónica frente al tema:

138) [...] Lo normal sería que empezárais por agradecer al obispado de Lleida que haya salvado y conservado esas piezas artísticas que nunca os han interesado hasta ahora por cierto, como tampoco os interesan los miles y miles de piezas que se siguen pudriendo abandonadas en centenares de iglesias por todo el Pirineo aragonés. La cuestión es berrear sin sentido. Si quereis esas obras (supongo que para que no estén en el extranjero **jajajaja**) os va a tocar negociar con el obispado de Lleida (aunque supongo que a algunos les mola más lo de enviar la Guardia Civil y saquear a punta de pistola, claro). Pero ahí tropezamos de nuevo con un tema muy confuso para algunos: la diferencia entre comprar y robar. Es que os pierden los "matices".(elpaís\_pol\_22\_02)

De la misma manera, se han documentado emoticonos que cumplirían una función similar a la de la onomatopeya en el caso anterior (como en 139). Vale recordar que este recurso es una de las primeras manifestaciones propiamente digitales que adoptaron los usuarios para expresar sus sentimientos de manera más completa, sabiendo de las

limitaciones que imponía el medio tecnológico. Su continuo uso, como se visualiza en nuestros resultados, demuestra que ya es una estrategia asentada y consolidada por la comunidad de usuarios como un recurso que permite y asegura la transmisión de un conocimiento efectivo.

139) pues anda que quitar a un jugador de una imagen para que sea fuera de juego... **xdddd** el tema es que sport y mundodeportivo son periódicos para los culés, son minoritarios en compración con as, marca, cuatro, la sexta, .... la central lechera tiene más poder, de ahí que una acción arbitral a favor del FCB se sepa bien en todos los rincones, se les de un bombo desmesurado, en cambio ayer va Alonso y hace un penalti clarísimo y ni se menciona por ningún lado.. por eso digo que si fuera al revés.. encima el mou sale diciendo que marcaron 3 goles **xddd** debe de ser el único pringao que vio el fuera de juego.. luego sale con ojitas de fallos y demás llantos.. os habéis convertido en los llorones.. si antes eramos nosotros los del barsa ahora ya tenemos sustitutos (emol\_dep\_23\_05)

Por último, creemos que este eje es en el que más aspectos diferenciales se pueden encontrar en nuestra investigación, si bien estos no se manifiestan en una frecuencia elevada sí se pueden, al menos documentar. Por ejemplo, en el caso de El País, que representaría la variedad peninsular de la lengua, se pueden encontrar unidades como *cutre*, *puñetera*, *menudo* o *acojonante* (como se ve en 140); mientras que en Emol, que representaría la variedad chilena, se encuentran casos como *flojo*, *hediondo*, *penca*, *flaite* o *fome*.

140) Personalmente no me haría ni **puñetera** gracia que Cataluña se independizase pero creo que plantear boicots comerciales o aprovechar la coyuntura para generalizar prejuicios contra TODOS los catalanes es más peligroso que inteligente. El 38,5% de los catalanes se siente tan español como catalán frente a un 19% que sólo se siente catalán (el 42,5 % restante son términos medios entre "solo español" y "más catalán que español"). Sólo el 22% del 51% que desea la independencia lo hace por motivos identitarios. Así que de momento lo que toca es apoyar a los catalanes que SÍ se sienten españoles y no meter a todo el mundo en el mismo saco (elpaís\_dep\_03\_23)

Con respecto a los casos de las unidades etiquetadas como orientadas hacia la significancia, no se encuentran mayores diferencias entre los sub-corpus de cada periódico y los casos más frecuentes son comunes a los 4 sub-corpus. En 141) y 142), se pueden encontrar ejemplos de marcadores de actitud orientados hacia la significancia



con una polaridad centralizada, cuya función es resaltar la importancia de lo dicho, en contraste con otra información.

141) Me pregunto si EMOL hace un concurso de lectores FACHOS para escribir en sus comentarios...Me da mucha lástima que en Chile aun existan mentes tan retrogradadas y faltas de criterio. Acaso no piensan que si Camila Vallejos es Premiada en EEUU por una agrupación de DDHH que **básicamente** existe para asegurar que existan derechos para gente que nos lo posee -como el derecho a estudiar en condiciones igualitarias y por ende trascender su posición social y mejorar como persona-, estan equivocados? Por favor...despierten y revean sus pensamientos. sean más elevados, camila no hace nada en desmedro de Chile, todo lo contrario. No se queden con el maquillaje sino con la persona. (emol\_pol\_11\_13)

142) Hoy se ha visto que el Ferrari no calienta bien los neumáticos, ha perdido tiempo con Maldonado y Raikkonen tras la reanudación después de los Safety Car, y también ha perdido mucho tiempo con Jenson Button tras el cambio de neumáticos. Sin embargo, cuando dichos neumáticos han cogido temperatura ha sido el coche más rápido en pista tras Vettel. casi gana la carrera, hubiera sido fantástico, pero habiendo quedado delante de Vettel pues mejor eso que nada. Con respecto a Vettel, ha hecho una grandísima carrera. Le han ayudado mucho los Safety Car, pero sobre todo le ha ayudado mucho el haber podido cambiar caja de cambios, reglajes, séptima marcha, altura del coche, etc, optimizando el coche para la carrera. Es algo **importante** porque de haber tenido los reglajes de Webber no hubiera podido adelantar tan fácil. En fin, que hay campeonato, aunque Alonso sigue en desventaja, porque se enfrenta al mejor equipo con diferencia y contra un piloto que no es un manta, aunque sigo opinando que tanto Hamilton como Alonso son mejores que Vettel. A Vettel lo pondría a la altura de Raikkonen, y luego el resto. (elpaís\_dep\_18\_10)

Por su parte, los casos de marcadores de actitud orientados a la significancia y polarizados intensifican su postura frente a la importancia de lo que se está afirmando en el comentario por el autor, como se observa en 143) y 144).

143) Por favor, no ofenda, que no seremos muy inteligentes, pero boludos del todo, como dicen en Argentina, tampoco. El sentido de la farsa negociadora estaba predeterminado, así como su duración, alargándolo lo más posible para significarse más y mejor. Rosita Diez no tuvo más remedio que pactar con el PSOE porque si no, a las primeras de cambio, quedaba retratada con la derecha rancia. Aunque el cuerpo le pidiera jorobar al PSOE. Si en Valencia el voto de UPyD es **decisivo** y el PP es el partido más votado, le dará el voto al PP y así, sigue bailando la yenka y confundiendo al electorado de un signo y otro para intentar pescar votos en todos los caladeros: izquierda, izquierda, derecha, derecha...Blanco y en botella...leche (elpaís\_pol\_12\_11)

144) Vi el partido. La escuadra del Barca jugó como si varios miembros de la planta llevaran un pan de manteca entre los glúteos y no querían que se les derritiera ni que se les cayera mientras corrían, o hacían como que corrían. Entre ellos, los casos más **notorios** en mi modesta opinión han sido Alves, Cesc, Mascherano, Busquets, Pedro, Iniesta, Valdes, Xavi, Adriano, Messi, Alva, Montoya y Alexis. Ahora, lo triste, es que del lado del Madrid no ha habido gran cosa como para marcar una diferencia. O sea: Ha sido un gran show, muy lindo, mucha gente, mucho negocio y mucho negociado, pero de fútbol: Qué? Gracias (emol\_dep\_34\_17)

### 8.3.7 Automenciones: análisis cuantitativo

En la Figura 54 se puede observar la frecuencia de uso de las automenciones en los comentarios de ambos periódicos. Se advierte que los comentarios del diario El País (158,7) cuentan con una frecuencia mayor que los comentarios de Emol (125,2), lo que podría identificarse con una necesidad de que la posición autorial de las proposiciones sea un rasgo que tiene que quedar muy claro para los usuarios españoles de El País. Al mismo tiempo, si se comparan estos resultados con otras investigaciones centradas en el análisis de textos académicos, se puede indicar que la frecuencia que hemos obtenido en nuestra investigación es mayor, en general, a la que en dichas pesquisas se documentan. Por ejemplo, Hyland (2005) reportó 31,5; Mur-Dueñas (2007), 66 y Mur-Dueñas (2011), 65,9. Un caso significativo fue el reportado por Li y Wharton (2012), quienes encontraron 5,5 en un sub-corpus, mientras que 126,4 en el otro. Las autoras manifestaron que dichas diferencias estaban condicionadas por el contexto educacional del segundo grupo. El uso de automenciones en el discurso académico se constituye como una figura retórica de mucha importancia, puesto que contribuye a manifestar la postura del autor en los textos y, al mismo tiempo, a proyectar una imagen positiva de sí mismo, lo que, en definitiva, afectará el grado de persuasión que adopte el autor en la presentación de los resultados de su investigación (Mur-Dueñas y Šinkūnienė, 2016). Con esto, los propios académicos se erigen como expertos y miembros confiables de una comunidad discursiva (Hyland, 2002; Mur-Dueñas, 2007).

Su posición como una partícula que interviene en la forma en que se configura la relación entre escritores y lectores es vital, puesto que permite que se construya la posición del escritor frente a determinados temas, tal como asegura Mur-Dueñas (2007, p. 147): “[it] may contribute to shaping the writer–reader relationship and it can also

help writers indicate what their own contribution and ideas are. In that sense, self-mentions can be considered to play an important role in the construction of the writer's stance".

Ahora bien, al contrastar nuestros resultados con los obtenidos por González Arias (2014), quien investigó comentarios de noticias digitales, saltan a la vista diferencias notorias, puesto que dicho autor consiguió documentar 301,5 en promedio, lo que constituye casi el doble de casos que los que hemos señalado para los comentarios de El País. Sin embargo, estas diferencias en los resultados estarían ocasionadas por lo que el autor ha considerado como realizaciones propias de las automenciones. Se puede desprender de su estudio que ha incluido, junto con las referencias explícitas al *yo*, todas las referencias explícitas de la primera persona plural, no haciendo la distinción entre la primera persona plural excluyente e incluyente; dicha alternativa analítica no fue adoptada en esta investigación y se optó por realizar la distinción.

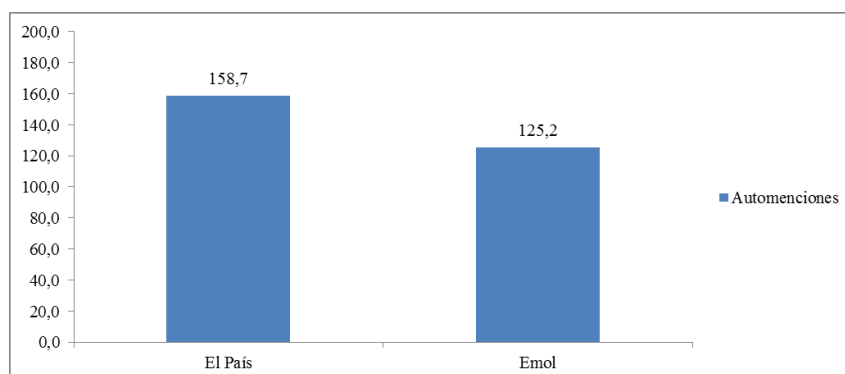


Figura 54: Gráfico de frecuencia de automenciones por periódico

Con respecto a las diferencias que pudieran estar determinadas por el ámbito temático al que pertenece cada comentario, en la Figura 55 se enseña que efectivamente los comentarios realizados en las noticias deportivas presentan una frecuencia mayor que aquellos de las noticias políticas. Estos resultados estarían relacionados con el tipo de autor que se desea construir en cada ámbito: el escritor de los comentarios de las noticias deportivas se desea imponer como una autoridad en la materia, en donde, a partir de su propia experiencia, elabora un discurso basado en la referencia personal como uno de sus ejes primordiales de su argumentación. En cambio, el tipo de discurso que se pretende componer en los comentarios políticos puede depender del contenido que haya sido dicho ya, anteriormente, por los mismos actores de la noticia. En este

sentido, la construcción de una opinión política sería mucho más dependiente de la información dicha por otros que la opinión que se construye en deportes, la cual está basada más en resultados y hechos concretos.

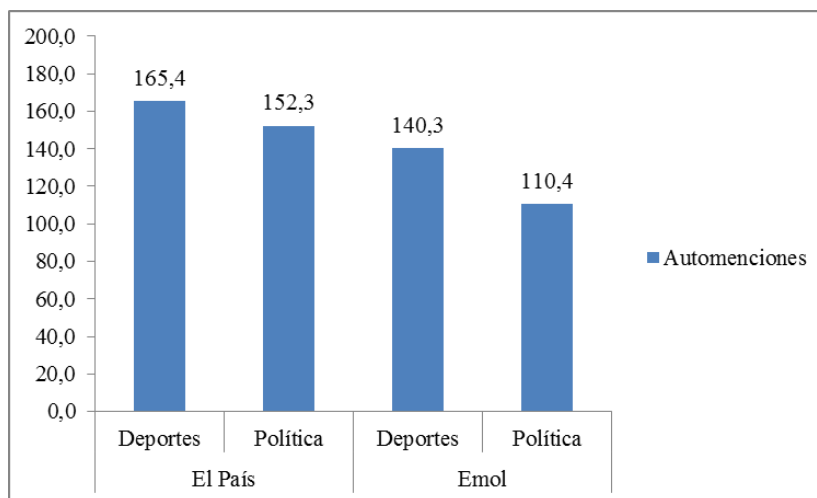


Figura 55: Gráfico de frecuencia de automenciones por periódico y ámbito

Como se ha mencionado, en esta sub-categoría se han considerado dos tipos diferentes de automenciones las referencias a la primera persona singular y a la primera persona plural excluyente. Como se ve en la Tabla 24, la frecuencia de la primera persona plural excluyente es bajísima en comparación con la primera persona singular en los 4 sub-corpus.

Tabla 24: Frecuencia de los tipos de automención

	Chile		España	
	Deportes	Política	Deportes	Política
Primera persona singular	162,4	150,2	138,7	109,1
Primera persona plural excluyente	3,1	2,0	1,6	1,3

El análisis de los casos resulta una tarea un poco más compleja en español que en inglés, puesto que la desinencia verbal también es un indicador de la primera persona singular más allá de la presencia o no del respectivo pronombre (Salas Valdebenito, 2015). De esta manera, se describen, en la Figura 56, las frecuencias de los grupos en los que se catalogaron los casos, a saber: solo desinencia verbal (*manifesté*); pronombre personal (casos oblicuos, *me*); pronombre personal (recto) junto a la desinencia verbal (*yo manifesté*); adjetivo posesivo (*mi auto*); y pronombre posesivo (una ciudad que no es la *mía*). Como se desprende, la realización más frecuente es la mera desinencia verbal, seguida del pronombre personal (en los casos oblicuos). Por último, solo habría

alguna influencia del ámbito temático en la realización del pronombre personal junto a la desinencia verbal en los comentarios de las noticias deportivas, lo que reafirmaría lo planteado anteriormente, es decir, el autor debe posicionarse como una autoridad en el tema a partir de su experiencia personal y, en este caso, la presencia de la desinencia verbal más el pronombre personal se constituiría como una marca de énfasis sobre su discurso.

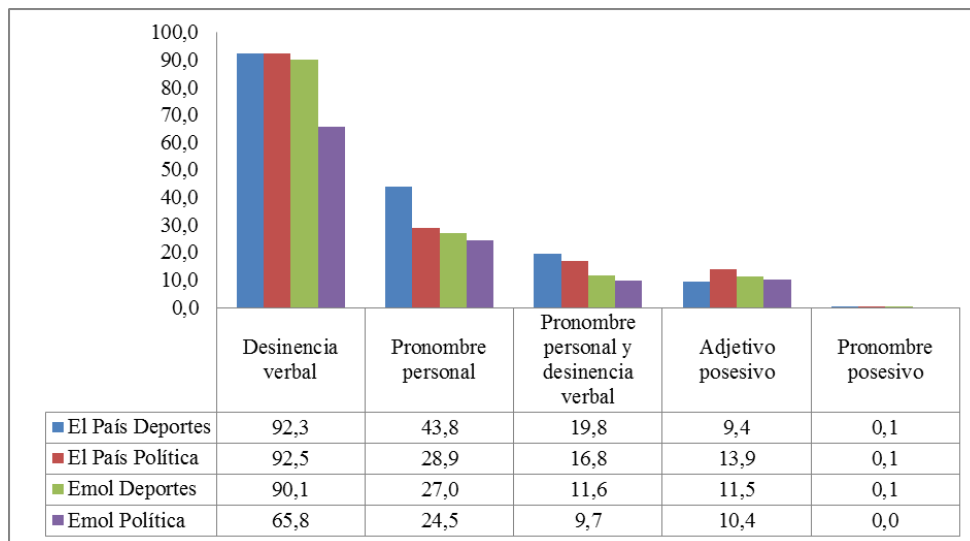


Figura 56: Gráfico de frecuencias de los casos de automenciones

### 8.3.8 Automenciones: análisis cualitativo

La alta frecuencia de las automenciones en nuestros 4 sub-corpus y el carácter mismo del discurso digital demuestra su vinculación con el español coloquial conversacional, en la medida en que, tal como menciona Briz (2001), una de las características de este registro es su naturaleza fuertemente egocéntrica.

Así, en 145), se muestra cómo el comentario del autor, que nace a partir de una respuesta a otro usuario, termina focalizando el discurso en su posición personal, para enfatizar el hecho de que no hay una respuesta clara a lo que plantea y deja la proposición abierta para que sirva como estímulo para otro comentario de algún usuario diferente. Por otro lado, en 146), la posición de la automención dentro del comentario es al comienzo de este, sin que vuelva a haber otra mención al autor dentro del mismo. En este caso, el autor desea realzar desde el comienzo que es él quien está dando a conocer esa información.

- 145) Tienes toda la razón. El tratado de Lisboa firmado el 13 de Diciembre de 2007 TUE ( Tratado de la Unión Europea) y TFUE (Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea) NO deja la más mínima duda. Catalunya se podrá independizar porque no **creo** que ningún Gobierno de España se atreva a llevar el ejército. La gran pregunta es ¿porque siguen con con este rollo sabiendo que quedarán fuera de la UE y el No perpetuo de España porque no habrá Gobierno que dé el sí a su entrada en la UE? ¿ Puede ser una respuesta a que el banco chino ICBC ha anunciado que abrirá una oficina en Barcelona? Alguien tiene que pagar los 250.000,000.000 de € más los costes de la creación de un Estado. **Sigo** sin la respuesta (elpaís\_pol\_11\_14).
- 146) No **me** sale otra palabra más que: SINVERGÜENZAS, que paguen todo lo que han roto, y les impongan las correspondientes medidas y multas, no se puede tolerar ese comportamiento, aún menos personas que están en la élite de un deporte y representando a su nación, que imagen más detestable (tanto que les gusta hablar últimamente a este gobierno de ello) y que sinvergonzonería, dice mucho de los que lo han hecho, que salgan a pedir disculpas (además), es lo menos. (elpaís\_dep\_09\_28) / solo pronombre personal

Sin embargo, la presencia del autor, cuando se manifiesta, no suele estar aislada en el comentario, sino que, por el contrario, es frecuente que las referencias al *yo* se realicen más de una vez durante el discurso. En 147), se muestra cómo la autorreferencia funciona como una estrategia de validación de los contenidos, puesto que el autor se presenta como la autoridad en la materia. La experiencia personal se transmite como una generalización y se constituye en el eje de la argumentación, por lo que el centro deíctico de la interacción es esencialmente el autor, su contexto y su conocimiento sobre el mundo:

- 147) las universidades estatales son las mejores y concentran a los mejores alumnos del país se les premia como corresponde, aunque también es cierto q hay algunas por ahí q están guateando. la pobreza no es sinónimo de ignorancia, **yo fui** a un liceo municipal y lo mas bien q **entre** a la u, por q entregarle más aporte a las privadas cuando el 80% de sus alumnos entro sin ningún esfuerzo, la psu no es una prueba difícil es mas **diría** q es hasta fácil para la exigencia real q debería tener, no **niego** q hay algunas universidades privadas buenas, lo q se debería hacer entonces retirar del cruch a las q no están entregado educación de calidad y permitirle la entrada a aquellas privadas q demuestran excelencia, si es q se puede hacer. (emol\_pol\_20\_17)

Ahora bien, no tan solo se encuentran referencias a la desinencia verbal, sino que los comentarios suelen mezclar y utilizar la gran gama de posibilidades que permite el sistema lingüístico del español. Por ejemplo, en 148) se manifiesta el uso de desinencia

verbal, desinencia verbal más pronombre personal, adjetivos posesivos y, por último, pronombre posesivo. Así, lo importante aquí resulta ser el mismo autor y su posición. Más allá de alguna confrontación de ideas, argumentos o pruebas, el desarrollo del propósito comunicativo principal se construye a partir del *yo* y su situación. Un comportamiento análogo se puede observar en 149):

148) Simplemente el derecho como bien se dice en Cataluña de elegir el futuro. **Yo estoy** convencido que España sin Cataluña estaría mucho mejor. Pero lo mismo que **yo entiendo** sus derechos han de entender los **míos** y es que al día de hoy **mis** ahorros y los de **mis** hijos estaban en la Caixa, éstos han salido de la misma y se han depositado en otro banco, pues si **tengo** claro una cosa y es que, que no **voy** a contribuir en nada mas y **opto** por por enriquecer a atrás comunidades mas desfavorecidas y mas nacionales. **Supongo** que como buen demócrata lo entenderás. **Estoy** de acuerdo con vuestro deseo de independendencia pero, no **estaré** de acuerdo con que se produzca a la carta como pretende el Sr. Mas, si se sale, se sale, con todas las consecuencias. [...] (elpaís\_pol\_21\_09)

149) No **se** qué ocurre al interior de la selección, pero **encuentro** interesante el respaldo que le dan los jugadores al técnico actual. **Yo no soy** viudo de Biela, pero también **se** que el proyecto de el quedo a media. Fue un debacle dejarlo ir, y **creo** que es a raíz de esa mala decisión estamos donde estamos. Cambiar de dt en medio de un rápido río pedregoso va a lograr solamente que la balsa se dé vuelta y perdamos el rumbo completamente. **Sigo** siendo partidario de que se termine el proceso hasta su fin, sea mirando el mundial desde la comodidad se la casa o en las canchas de Brasil! Es vergonzoso ver tantos asientos vacíos en estadio cuando en el rival nos visita. Si vamos a respaldar a la selección hagamoslo con todo y por cualquier mal momento. Dejemos el cahuineo afuera y cortemos las distracciones. El último partido dio luz a la potencia que tenemos también y **sigo** diciendo que sí desde aquí seguimos construyendo, entonces a Brasil los pasajes!!!! (emol\_dep\_06\_26)

Por último, en cuanto a la primera persona plural excluyente, en 150) se presenta un ejemplo en donde se manifiesta el hecho de que el autor se refiere a él mismo (*yo*) y a un grupo determinado asociado a él, pero no a la audiencia en general. En este caso, el autor es hincha del club de Fútbol Real Madrid e integra en un *nosotros* a los simpatizantes de dicho club en general, excluyendo a los que son hinchas del Barcelona, club del que es hincha el usuario al que le está contestando. Como sea, determinar que una realización de la primera persona plural tenga carácter de excluyente no es una tarea

sencilla, puesto que tal como asegura Harwood (2005, p. 346): “The reason the exclusive/inclusive ambivalence can be politically advantageous for the writer is that they can move between exclusive and inclusive uses, sometimes even in the same sentence, to achieve a number of effects”.

150) Mira, sé serio. El RM está a 8 ptos porque se enredó en sí mismo, no por méritos del barsa. Si el RM hubiera ganado pues estarían empatados. Y te recuerdo que con el peor arranque del RM en los últimos años, ya le **ganamos** la supercopa y **empatamos** en el camp nou. Por qué no le ganaron al RM el mes pasado? en fin... si me vas a responder, por favor, pon algo inteligente. yo sé reconocer cosas así, aunque no esté de acuerdo con la "intra-lógica". (elpaís\_dep\_29\_08) /primera persona plural excluyente

### 8.3.9 Marcadores de compromiso: análisis cuantitativo

Desde un punto de vista pragmático, el uso de este tipo de marcadores puede cumplir diferentes propósitos interpersonales como el compromiso, la familiaridad, la cortesía, y, obviamente, la guía hacia los objetivos que busca el escritor (Lafuente-Millán, 2014). Concretamente, entonces, los marcadores de actitud se refieren a todos aquellos casos que traen, de hecho, a los lectores dentro del texto, involucrándolos en la negociación del significado pragmático que se quiere conseguir (Mur-Dueñas, 2008), a través del llamado de atención o, simplemente, su inclusión como participantes del discurso (Hyland, 2005). Estas unidades, en general, se explicitan prototípicamente en el texto por parte de los autores, como alocuciones directas a una segunda persona singular (o plural) que se identifica con una potencial audiencia. Asimismo, sus realizaciones y frecuencias estarían determinadas por la relación entre el escritor y el lector, situado dentro de un contexto genérico particular (Mur-Dueñas, 2008).

En la Figura 57, se puede apreciar que la frecuencia encontrada en los marcadores de compromiso en ambos periódicos es similar (228 en El País y 234,9 en Emol) y muy elevada en comparación con lo presentado en otras investigaciones. A modo de ejemplo, en aquellas que hubieron estudiado el discurso académico la frecuencia resultó mucho más baja: en Hyland (2005) se reportaron 47,8; en Mur-Dueñas (2011), 18,5; y en Li y Wharton (2012), 84,7. Por otro lado, González Arias (2014), quien se enfocó en los comentarios de columnas de opinión digitales, encontró 148,3, una cifra si bien elevada, más baja que la que hemos encontrado en nuestra investigación. Esta diferencia con González Arias (2014) puede explicarse por lo que se mencionó anteriormente, es



decir, el autor no habría efectuado la diferenciación entre primera persona plural inclusiva y exclusiva, considerando ambos fenómenos como automenciones, mientras tanto en esta tesis doctoral, siguiendo a Hyland (2005) y Mur-Dueñas (2011) entre otros, los casos de primera persona plural inclusiva han sido considerados como marcadores de compromiso. Por otro lado, las distancias en la frecuencia que se pueden observar entre lo que ocurre en los comentarios de noticias y el discurso académico reafirman la idea de que el comportamiento de esta estrategia está determinada por el contexto situacional. El discurso que se construye en los comentarios de noticias podría incluso entenderse como parte de una construcción colectiva, en la que la relación e interacción con los demás usuarios se actualiza por medio de una serie de estrategias que buscan el compromiso, participación y apoyo de la información que entrega el escritor. En el discurso académico, las referencias a la audiencia no son tan directas, principalmente, porque la audiencia es específica (en cuanto disciplina), pero, al mismo tiempo, muy amplia (no hay un *tú* en concreto), en cambio, en los comentarios de noticias, como se verá más adelante, puede actualizarse de diversas formas.

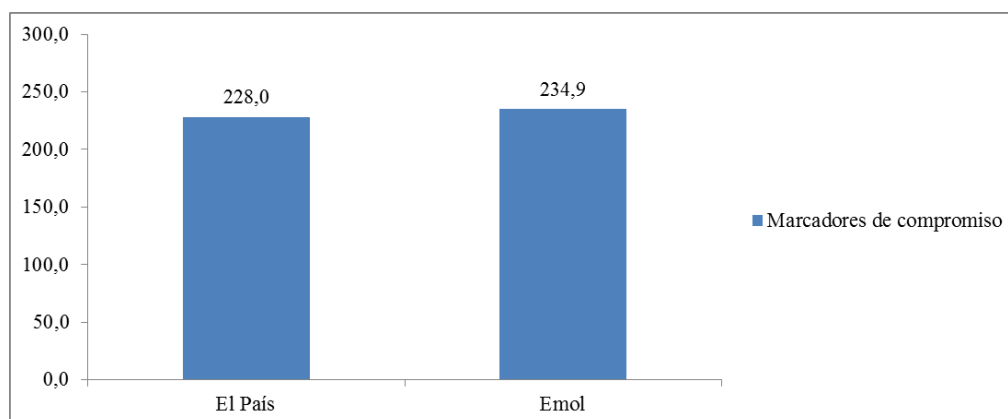


Figura 57: Gráfico de frecuencia de los marcadores de compromiso por periódico

Por otro lado, en la Figura 58 se puede observar la frecuencia de los marcadores de compromiso considerando el ámbito temático. Llama la atención que sean los subcorpus de comentarios de noticias políticas los que presenten una frecuencia mayor que los de noticias deportivas. Como se revisó anteriormente en el caso de las automenciones, eran los comentarios de noticias deportivas los que presentaban una mayor frecuencia de uso. Este comportamiento estaría relacionado con el grado de afiliación que se buscaría en los comentarios de noticias políticas, en donde resultaría mucho más importante convencer a otro de lo que se está planteando.

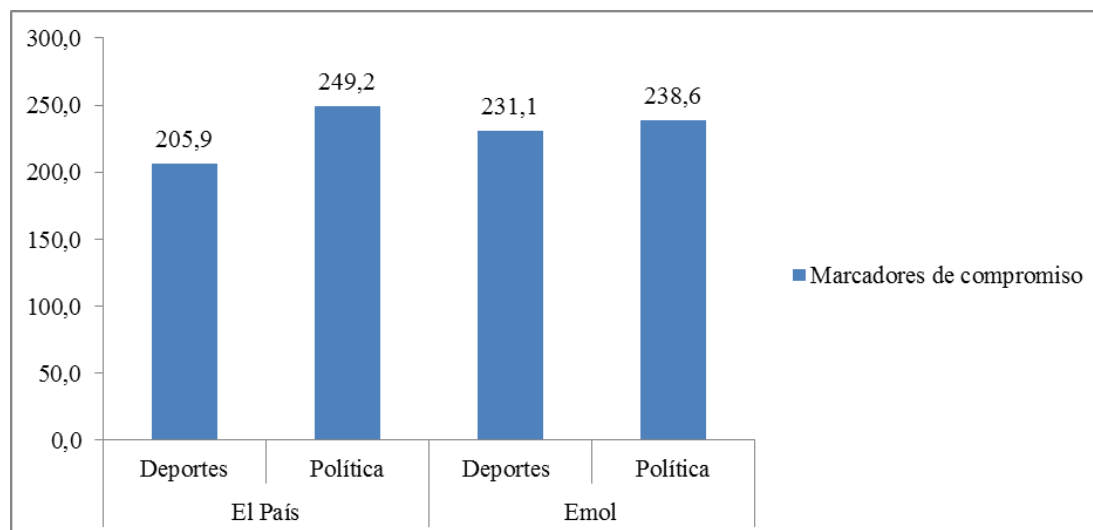


Figura 58: Gráfico de frecuencia de los marcadores de compromiso por periódico y ámbito

Ahora bien, centrándonos en los casos que se han encontrado en nuestra investigación, el sistema pronominal en español ofrece una variedad mucho más extensa de partículas que pueden ejercer alguna función en esta sub-categoría que el inglés; asimismo, las diferentes variedades del español juegan un papel muy importante, puesto que, por ejemplo, en el español peninsular se emplea el pronombre *vosotros* para referirse a la segunda persona plural, mientras que *ustedes* se usa para marcar relaciones jerárquicas que implican formalidad. Por su parte, en el resto del mundo hispanohablante se usa solo la forma *ustedes*. Así, las unidades consideradas se han reunido en 6 grupos: primera persona plural (*nosotros inclusivo*, es decir, *yo* junto a un *ustedes* del que el *yo* es parte); segunda persona singular (*tú*); segunda persona plural (*ustedes*, en el caso de El País se considera como segunda persona plural formal); segunda persona plural informal (*vosotros*, solo en el caso de El País); *segunda* persona singular formal (*usted*); y otras realizaciones (donde se incluye, por ejemplo, el uso de las preguntas retóricas). En la Figura 59, se advierten las frecuencias de los tipos de marcadores de compromiso que se manifiestan en nuestra investigación y se puede indicar, a partir de ésta, que las estrategias más empleadas son la primera persona plural inclusiva y la segunda persona singular. Además, se puede señalar que no habría relación entre el uso de una determinada estrategia y el ámbito temático al que corresponden los comentarios.

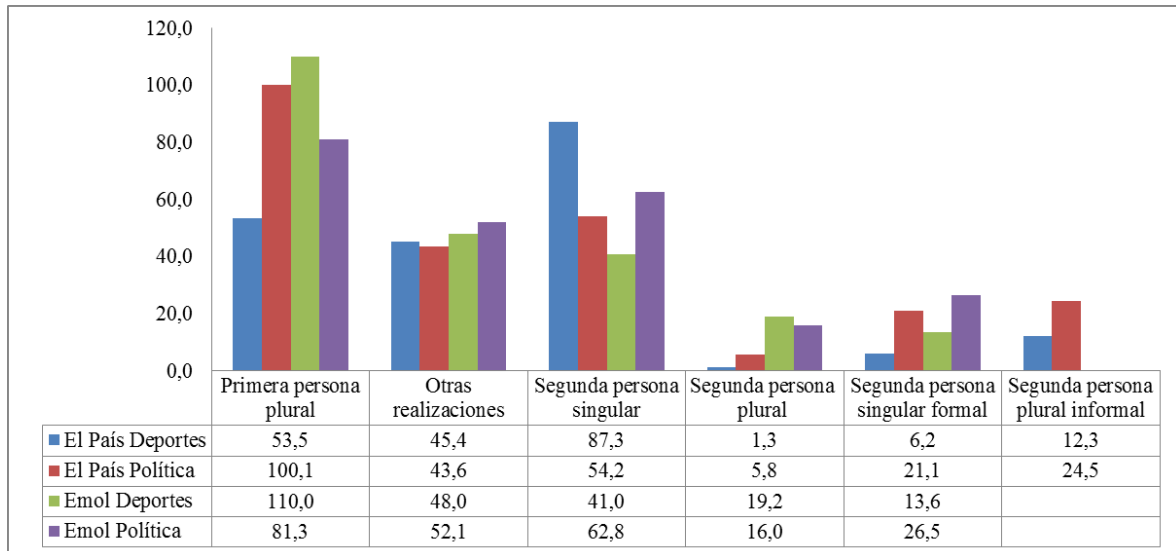


Figura 59: Gráfico de frecuencia de los tipos de marcadores de compromiso

A continuación, revisaremos los casos específicos de cada uno de los tipos de marcadores de compromiso que se han encontrado. En primer lugar, en la Figura 60 se enseñan las frecuencias de los casos de la *primera persona singular inclusiva*. Se desprende de ésta que la realización más empleada es solo la desinencia verbal (*creemos*) y, luego, lo es el pronombre personal (*nos*). Además, es interesante destacar dos aspectos: por un lado, en los sub-corpus de Emol se encuentra un uso más frecuente de los adjetivos posesivos que en El País y, por otro, destaca la baja frecuencia en el uso del pronombre personal junto a la desinencia verbal (*nosotros creemos*). Asimismo, no es posible asegurar alguna influencia del ámbito temático en alguna de estas realizaciones.

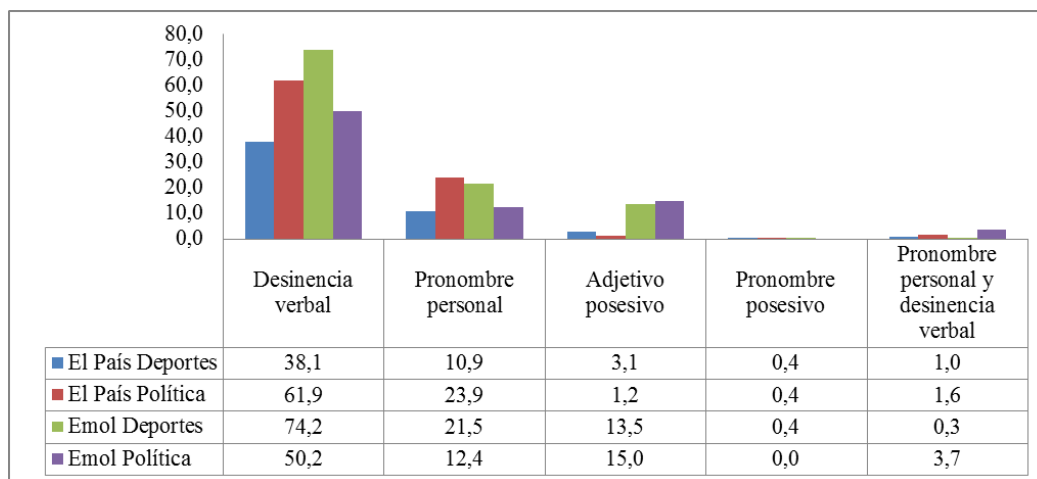


Figura 60: Gráfico de frecuencia de los casos de primera persona plural inclusiva

En segundo lugar, en la Figura 61 se muestran las frecuencias de los casos de la segunda persona singular. Se destaca, al igual que en el elemento anterior, que el uso solo de la desinencia verbal es la estrategia más frecuente en los 4 sub-corpus. Al mismo tiempo, se subraya el uso de *imperativos* para dar cuenta de un acto de habla directivo. Sin embargo, a nuestro juicio, uno de los resultados más relevantes que hemos podido encontrar en nuestra investigación se relaciona con la escasa presencia de *voseo* en los sub-corpus de Emol, que representan la variedad chilena del español. El voseo es el uso de *vos* y/o sus formas verbales derivadas de la segunda persona singular, así, se distingue entre un voseo pronominal (uso simplemente del pronombre *vos*), un voseo verbal (uso de las desinencias verbales asociadas a un *vos*) o el uso de ambas. La morfología del voseo se corresponde con la segunda personal plural (vosotros) diptongadas, del tipo *tomáis* o *coméis*, pero también se encuentran formas monoptongadas, del tipo *tomás* o *comés* (propias del voseo rioplatense) o formas mixtas, como las de Chile, del tipo *tomáis* pero *comís* (Ramírez, 2007). Dentro de las diferentes formas de voseo que se pueden atestiguar en Latinoamérica, el voseo chileno es el que presenta una mayor extensión en relación con los tiempos y modos verbales (Rivadeneira y Clua, 2011). La presencia del voseo en Chile depende de si la situación de habla es más o menos formal, es decir, se relaciona con el registro. De esta manera, a juicio de Rivadeneira y Clua (2011), en el registro informal se encontrarían tres tipos de voseo, según el tratamiento simétrico o no entre los participantes: i) tratamiento simétrico con uso de *tú* + voseo, que crea lazos de solidaridad y familiaridad entre los participantes; ii) tratamiento simétrico con voseo auténtico (es decir, *vos* + voseo), que cumple una función humorística; y, iii) tratamiento asimétrico con uso de voseo

auténtico, se origina en situaciones en las que existe una intención negativa donde se busca rebajar o disminuir la posición del oyente. Este último tratamiento tiene, por tanto, una connotación negativa dentro de la población.

El uso del voseo en Chile está ampliamente generalizado (no al punto del voseo rioplatense), sobre todo en la lengua oral coloquial: “[...] hoy en día el voseo se manifiesta como la principal fórmula en los tratamientos simétricos de poca formalidad, en las conversaciones espontáneas, en la vida cotidiana coloquial, en el trato con familiares, amigos y compañeros de labor” (Rivadeneira y Clua, 2011, p. 687). De esta manera, dadas estas características que presenta el voseo y las características en general del discurso digital y, en particular, de los comentarios de noticias, hubiese sido esperable que la frecuencia de este tipo de tratamiento fuera mucho más alta que la encontrada. Una posible interpretación de este hecho radicaría en que los comentarios de noticias siguen perteneciendo al ámbito de la escritura, por mucho que se manifiesten rasgos propios de la oralidad. Se sabe que la escritura es mucho más conservadora que la oralidad y que no admite, de manera tan sencilla, que se integren mecanismos de referencia tan potentemente asociados al registro oral. Esto, asimismo, se constituye como un fuerte argumento sobre la naturaleza del discurso digital, puesto que si bien se ha propuesto que presenta rasgos propios de la oralidad y, al mismo tiempo, se puede estudiar empleando mecanismos de análisis propios del español coloquial (o el análisis conversacional), no se puede decir, a ciencia cierta, que se constituye como un tipo de textos en los que se plasman todas las características de la lengua oral.

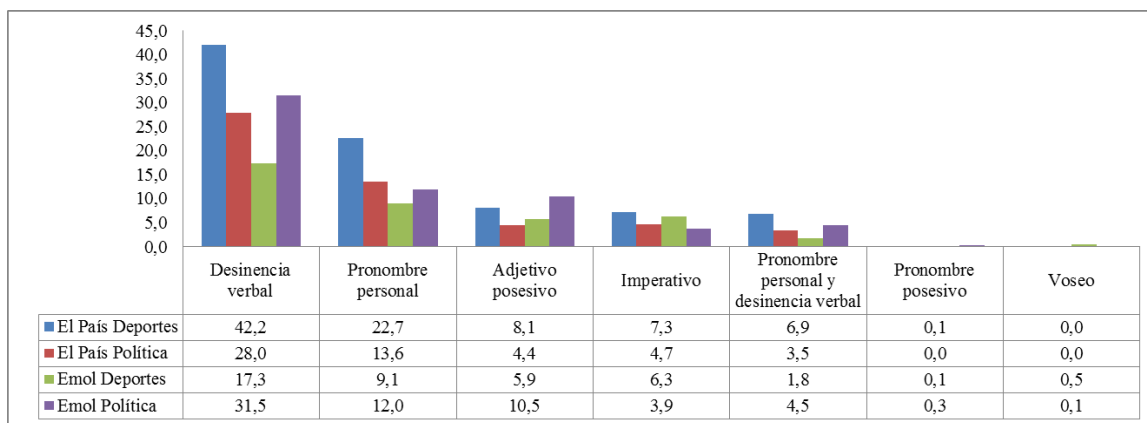


Figura 61: Gráfico de frecuencia de los casos de segunda persona singular

En tercer lugar, bajo el rótulo de *otras realizaciones* se han agrupado todos aquellos elementos que no se han podido integrar con las otras categorías que refieren directamente a otros usuarios bajo los paradigmas de conjugación. Por ejemplo, en este grupo se encuentra el uso de vocativos o las preguntas retóricas, como también otros recursos que se originan por el carácter interactivo que se promueve en el discurso digital (como las despedidas o los saludos). En la Tabla 25, se especifican las frecuencias de estas, en donde resalta el uso de las pregunta retóricas como el recurso más empleado por los usuarios y se presenta con cifras superiores en los sub-corpus de El País en comparación con los de Emol. Junto con lo anterior, sobresale que el uso de vocativos sea muchísimo más frecuente en los sub-corpus de Emol en contraste con los de El País. Esta diferencia creemos que se puede relacionar con las características discursivas que han adoptado los usuarios para apropiarse de las posibilidades que les entrega el entorno tecnológico. Como ya se ha mencionado para otras sub-categorías del metadiscurso, el hecho de que en Emol se emplee Facebook para comentar provoca que las interacciones se desarrollen tal como los usuarios se comportan en dicha red social.

Tabla 25: Frecuencia de los elementos catalogados como otras realizaciones

	El País		Emol	
	Deportes	Política	Deportes	Política
<b>Vocativo</b>	5,2	6,2	20,9	27,3
<b>Pregunta retórica</b>	35,9	29,3	20	19,7
<b>Despedida</b>	1	3	2,7	0,3
<b>Petición</b>	0,8	0,3	2,5	2,4
<b>Agradecimiento</b>	0,3	0	0,7	0
<b>Uno genérico</b>	2	2	0,5	1,7
<b>Saludos</b>	0,3	2,8	0	0,8

Con respecto a la segunda persona singular formal (*usted*), en la Tabla 26 se puede advertir que el uso de la desinencia verbal junto con el imperativo son las estrategias más empleadas en este grupo. Cabe destacar, también, que se hubiese esperado una mayor frecuencia en el uso de estos recursos en los sub-corpus de Emol, identificados con la variedad chilena del español, dado el carácter atenuador y de respeto de los espacios de las personas (que se relacionan, de una u otra manera con la cortesía verbal). No obstante, estos resultados demuestran que en los discursos que se construyen por medio de los ordenadores prima una cercanía comunicativa que deriva en rasgos de coloquialidad ya descritos en otras sub-categorías investigadas.

Tabla 26: Frecuencias de los casos de segunda persona singular formal

	El País		Emol	
	Deportes	Política	Deportes	Política
<b>Adjetivo posesivo</b>	0,3	1,3	5,3	0,0
<b>Desinencia verbal</b>	1,3	4,7	3,0	4,0
<b>Imperativo</b>	0,8	3,8	3,0	8,5
<b>Pronombre personal</b>	1,8	6,6	1,9	5,1
<b>Pronombre personal y desinencia verbal</b>	2,0	4,4	0,4	8,6
<b>Pronombre posesivo</b>	0,0	0,3	0,0	0,3

Para finalizar, se revisará la segunda persona plural de manera diferenciada en los comentarios de El País y los de Emol, puesto que, la variedad del español de España cuenta con la distinción entre el uso de la segunda persona plural formal e informal, dependiendo de los destinatarios a los que se dirija. En la Tabla 27, se muestran las frecuencias de estas dos realizaciones en los comentarios de El País. Se desprende de

ésta que el uso de la segunda persona plural informal es mucho mayor que el de la formal, lo que reafirma la idea de que es un discurso más orientado a la coloquialidad.

Tabla 27: Frecuencias de la segunda persona plural formal e informal en El País

	<b>Segunda persona plural informal</b>		<b>Segunda persona plural formal</b>	
	<b>Deportes</b>	<b>Política</b>	<b>Deportes</b>	<b>Política</b>
<b>Desinencia verbal</b>	7,4	12,8	0,4	3,2
<b>Pronombre personal</b>	1,8	5,5	0,3	0,9
<b>Adjetivo posesivo</b>	1,4	3,1	0,0	0,0
<b>Imperativo</b>	0,8	2,0	0,6	1,3
<b>Pronombre personal y desinencia</b>	0,6	1,1	0,0	0,3
<b>Pronombre posesivo</b>	0,3	0,0	0,0	0,0

Por su parte en la Tabla 28, se enseñan las frecuencias de los casos de la segunda persona plural en Emol y se puede indicar que los recursos más empleados son el uso de imperativos y la simple desinencia verbal.

Tabla 28: Realizaciones segunda persona plural en Emol

	<b>Segunda persona plural Emol</b>	
	<b>Deportes</b>	<b>Política</b>
<b>Imperativo</b>	7,1	5,5
<b>Adjetivo posesivo</b>	0,6	4,1
<b>Desinencia verbal</b>	6,0	2,7
<b>Pronombre personal</b>	1,5	2,5
<b>Pronombre personal y desinencia verbal</b>	4,5	1,2



### 8.3.10 Marcadores de compromiso: análisis cualitativo

El uso de los marcadores de compromiso en los comentarios de noticias digitales se constituye como uno de los rasgos diferenciadores más importantes a lo largo de nuestro estudio, puesto que la interacción entre los usuarios es necesaria. Dicha necesidad es cubierta a partir del uso de estas estrategias. Como mencionábamos, el uso de la primera persona plural inclusiva se erige como el principal recurso escogido por los usuarios. Las características de esta estrategia permiten al autor integrar dentro de su contexto a la audiencia, con el fin de lograr adhesión con su propósito comunicativo. Una de las peculiaridades de este uso radica en que el autor no alude directamente a su receptor, sino que lo incluye dentro de su discurso, de una manera no directa y por tanto procurando mantener la imagen positiva de sus receptores, tal como se aprecia en 151) y 152):

151) Creo que me recuerda algo este hecho. Todo un estadio de fútbol en el cual se celebra un evento deportivo es utilizado por la burguesía más reaccionaria para consumir un hecho político y es que se han dilapidado el dinero de los catalanes persiguiendo a los comerciantes que no rotulan en catalán y en la mal llamada inmersión o inversión o sabe Dios que. Siguen derrochando para discriminar a todo aquel hijo de vecino que no quiera hablar catalán vulnerando la constitución votada por una mayoría aplastante ya que de eso trata la democracia. En fin seguir subvencionando las embajadas que esto si que es importante y retrasar el pago de lo demás que así **vamos** bien. En fin no **podemos** pedirles peras al olmo. Espero que no me lo borreis. (elpaís\_dep\_03\_24)

152) A ver, vamos aclarando un poco. **Estamos** en Chile, un país en vías de desarrollo y un Estado de Derecho. Esto no es África subsahariana. **Tenemos** libertad de prensa y de expresión, por lo que el señor Luchsinger puede decir las cabezas de pescado que quiera y nadie le puede decir nada. Por lo mismo **todos podemos** escribir aquí. Los señores que cometieron el atentado mataron a dos personas, eso se llama asesinato, y tiene establecidas condenas en **nuestro** código penal. El tema es que ley pareja no es dura, y les guste o no a los mapuches están en territorio chileno, tienen nacionalidad chilena, no son un estado araucano independiente, y deben ser juzgados con el mismo rasero que cualquiera de **nosotros**. [...] (emol\_pol\_06\_09).

En cuanto a la segunda persona singular, nos centraremos, primero, en el voseo chileno como estrategia para aludir a un receptor. En 153) y 154), se puede apreciar el uso de este recurso y se percibe el tono más directo e incluso violento que adquiere el

comentario. Lo anterior no se relaciona con lo que se ha descrito para el comportamiento del voseo en Chile en la lengua oral, puesto que, precisamente este uso que se ejemplifica, es decir, uno marcado por el tratamiento simétrico y solo empleando voseo verbal, se suele identificar con vínculos marcados por la familiaridad. De esta manera, el uso del voseo chileno en estos contextos podría estar orientado no a reforzar vínculos con el resto de la audiencia, sino que, al contrario, a provocar el desacuerdo.

153) A tan bajo costo?, dudo mucho que sea bajo ese costo por que gracias a Sampaoli vendimos en 4 palos a marcelo diaz que valia dos chauchas antes de el llegara, Gracias a la confianza que el profe le dio, ANgelo esta en el United y la U pudo cobrar 5 palos mas, gracias a Sampaoli , el negro Fernandez se fue pa Alemania, el que Sampaoli se nos vaya significa que dejaremos de percibir 7 palos verdes este año y a eso le **llamai** bajo costo, que otro entrenador ddel medio te genera todas esas utilidades? (emol\_dep\_19\_17).

154) no **seai** ridiculo... Mourinho para un equipo distinto para cada rival. 2 delanteros, 1 delantero, 2 jugadores por las bandas, 3 delanteros, triple 5, doble 5, un solo 5, q los laterales suban, que los laterales se queden pegados, sin organizador, con organizador por la banda... Y para que hablar del barcelona, 3 delanteros, 2 delanteros, 3 centrales, 2 centrales y 1 libero, 2 centrales y un lateral, 2 centrales y 2 laterales, doble 5, un solo 5, delanteros bien pegados por las bandas, delanteros que van por el centro, que el juego pase por messi, que messi solo llegue a definir... Asi es el futbol moderno, pero esta claro que no ves futbol... (emol\_dep\_06\_02)

Como sea, el uso prototípico de la segunda persona singular es el empleo del *tú* con sus correspondientes formas verbales y adjetivales. En 155), se observa el uso general que adopta esta estrategia, esto es, involucrar directamente al lector.

155) sabiendo que tenemos una de las ley abortistas menos permisivas de europa tampoco me parece mala. me imagino que cuando **hablas** de la ley de plazos **te refieres** a las semanas no? yo ahí veo lo que dicen los médicos que para eso se forman. además va en contra de que una chica de 16 pueda abortar sin el consentimiento de sus padres (la ley para operaciones quirúrgicas dice que 16 es la edad para tomar **tus** decisiones, así que si vale para una vale para otra) (elpaís\_pol\_12\_17).

Sin embargo, lo más común es que las estrategias no se presenten de manera aislada, sino que se produzca una mezcla de recursos, con el objetivo de intensificar la adhesión que se busca conseguir por parte de la audiencia. En el ejemplo 156), se observa cómo el autor del comentario alude a la experiencia personal de su receptor y al

mismo tiempo lo integra eficazmente dentro de su propio discurso, con el objetivo de que apoye los postulados del escritor.

156) Parte importante de la vida universitaria es la formación social del estudiante y darse cuenta de que no somos seres individuales, sino que **vivimos** en una comunidad donde muchos sufren **tu** mismo problema. Boric no contamina a los estudiantes, sino que los alienta a organizarse y reclamar por su derecho a recibir una educación de calidad y a obligar al estado a financiarla, poniendo los dineros donde corresponde y no en manos de privados. Si **tienes** hijos o simplemente sentido social, **deberías** darte cuenta que en **nuestra** actual educación sólo estudia quien puede pagar. En caso contrario, **quedas** fuera o te **adeudas**. Soy profesora y apoyo el movimiento estudiantil, porque creo que **nuestros** jóvenes merecen una oportunidad y **tenemos** un estado que cuenta con los recursos y medios para otorgarla, sólo que a un grupo no le conviene, grupo al cual la gran mayoría de los chilenos no **pertenecemos**. **Unámonos** en esta causa y **dejémonos** de ofensas gratuitas, porque éste es un problema de TODOS (emol\_pol\_19\_01).

El empleo de vocativos ha resultado uno de los rasgos más interesantes que se han descubierto en nuestra investigación, puesto que se integran como una posibilidad más para comprometer y llamar la atención de algún miembro de la audiencia, como se especifica en 157):

157) Yo tampoco estoy de acuerdo en que te borren los mensajes, es lo único en que coincido contigo. Me decías algo así como que "todo lo mío es anormal, como es anormal que perdone una infidelidad". ¿Y qué es lo normal, **Irene**? ¿Lo que tú dices? ¿Lo que se aprende en la Iglesia? ¿Lo que redactan cuatro tíos machistas o represivos? ¿No ves que la "normalidad" es subjetiva y por tanto no se pueden emitir juicios de valor sobre asuntos morales? Mi pareja lleva años sacrificándose por mí. Ha renunciado a sus sueños por mí. Se deja la piel trabajando por nosotros. Incluso dejó su ciudad a 500km para venir a mi lado. ¿Tú crees que todo ello queda anulado por una infidelidad? ¿Me creo tan especial como para que sea la única persona a la que ame en su vida? Absolutamente no. Eso es amor, **Irene**. Lo otro es puro instinto de posesión, de pertenencia. Y "amor" y "pertenencia" son dos conceptos que no se llevan bien. (elpaís\_dep\_09\_21)

Por otro lado, considerar las preguntas retóricas como un mecanismo para lograr la adhesión de la audiencia es una posibilidad recogida en la gran parte de los estudios sobre el metadiscurso (cf. Hyland, 2005; Mur-Dueñas, 2011; Li y Wharton, 2012). En el uso de las preguntas retóricas descansa uno de los rasgos dialógicos esenciales de la conversación y permite estimular a los lectores e involucrarlos con sus ideas. Además,

cumplen la función de enfatizar la idea que está transmitiendo el autor, a la espera de gatillar una respuesta de los destinatarios, tal como se ve en 158) y 159):

158) Leonardo **Y parq que chuchas querremos llegar a ser un pais desarrollado? Para empeñar nuestras vidas en el consumo y deudas a Cencosud, Falabella, Lider, etc, etc?** Los unicos que gozaran las ventajas de tal desarrollo seran los dueños del capital, y no los giles que se desmadran para conseguir unas pocas chauchas para seguir consumiendo. No confundas hinchazon con gordura.- Con este tipo de desarrollo mas bien es una involucion, donde volveremos a la esclavitud, pero esta vez, con cadenas hechas de tarjetas bancarias.- (emol\_pol\_04\_08)

159) No estoy de acuerdo, en el mejor partido del Mundial España ganó a Alemania, que le había metido 4 a Argentina **¿no?** y en la final a Holanda; no pudimos jugar contra Italia porque no fue capaz ni de ganar a Nueva Zelanda y se fue a casa "con vergonia" en la primera fase. **¿de que robo me hablas? Acaso Chile o Paraguay eran mejores que España? ¿Acaso no es España el mejor equipo ahora mismo? ¿Fue injusto que ganara el Mundial y la Eurocopa?** mira, por tu forma acomplexada de hablar pensé que eras de un país centroamericano chungo, pero vienes de un país demasiado grande en todo como para que tengas tan mal perder y no admitas que ahora España es la mejor selección. España solo ganó 1-0 muchos partidos porque Chile, Paraguay, Holanda, etc, montaron un autobús atrás, renunciaron al juego y se dedicaron a dar patadas; he visto los partidos varias veces. (elpaís\_dep\_09\_01)

Asimismo, se observa el uso de recursos que provienen desde otros géneros discursivos propios de la CMO. En 160), el autor envía *saludos* a su receptor, de la misma manera en que lo haría si estuviera enviando un correo electrónico. Este comportamiento deja en evidencia que los comentarios de noticias son parte de un género discursivo que aún no se encuentra completamente asentado, ya que los usuarios se valen de las posibilidades que pueden encontrar no tan solo en registros muy alejados (como el oral), sino que en tipos textuales que son parte también de la CMO.

160) Es una pena y verguenza leer los comentarios, el equipo esta mal futbolisticamente, emocionalmente y con el animo por el piso, pero hay que apoyar a la seleccion viejo, sabemos que somos malos, que nunca hemos ganado nada y que no tenemos historia, pero somos Chile compadrey es la seleccion de futbol. Sii estuviese en Chile habria ido al aeropuerto al darle animo a los cabros que no la estan pasando bien, cuando llegaron de Ecuador. A llenar el Nacional el martes. **Saludos.** (emol\_dep\_05\_12)

El empleo de la segunda persona singular formal *usted* marca una distancia entre el autor y el destinatario. Esta distancia puede resultar incluso mucho más efectiva que el uso del *tú*, puesto que no hay lugar a dudas que la conversación se mantiene en el plano de la discusión de ideas y puntos de vista sin llegar a relacionarse con la misma persona. En este sentido, se establece como una marca de cortesía hacia el destinatario, como se muestra en 161) y 162):

161) sea me queda claro que **ud , justifica** el asesinato de este matrimonio, vaya!! con esos conceptos esta claro donde **esta parado ud**, y quienes son realmente los instigadores a la violencia y el odio en este pais, **ud en Stgo siga** respirando su smog, señor, **ud no tiene** idea de nada, no **sabe** nada, hay que estar en el lugar para podere opinar en consecuencia....y en todo caso, don Jorge no **deja** de tener razon, incluso esa misma declaracion en otros terminos la hizo hace unos años atras Perez-Yoma cuando fue ministro.....tierras productivas, ni una papa han sembrado hoy solo tristes potreros, bosques completos explotados y nunca reforestados....**digame** donde estan los millones y millones de pesos recibidos por esos bosques??? en los lujos de los lideres y en armamento en mantener a gente que traen del extranjero para instigar a la violencia ....comentario racista....ja!! uds., siempre tienen de donde agarrarse aun con estupideces. (emol\_pol\_06\_02)

162) ¿Cuesta tanto ser un poco serio? A ver, **usted pondría** ante el Dortmund, uno de los equipos más fuertes de Europa, de lateral a un chico sin experiencia, que juega de central en el Castilla. Y a **usted le** hace mucha gracia las seis copas de Europa que ganó el Madrid en la época del blanco y negro. Pero en aquella época también existía el Barcelona, el Milán, el Inter, el Liverpool, etc, etc. Ninguno la ganó. La ganó el Madrid. Y claro, por eso son de risa. Un poco de seriedad, por favor. (elpaís\_dep\_17\_23)

Para finalizar, cabe destacar el uso de la segunda persona plural informal en los comentarios de El País que refleja el carácter cercano y solidario que tienen los comentarios de noticias. El tipo de interacciones que se fomenta con este uso implica un mayor compromiso con el receptor, como se ve en 163), en donde se pasa de hablar directamente a un *tú*, para luego referirse al grupo, al que se adscribe ese *tú*, a través de un *vosotros*, que genera una sensación de pertenencia a una colectividad:

163) ¿Me has visto decir en algún momento que no quiero que se defienda, se proteja, se mime el catalán? La pregunta es: ¿tú crees que de verdad el catalán necesita ser más protegido de lo que ya está? Venga hombre. Me vienen a la cabeza las pequeñas tiendecitas de barrio a las que la Generalitat obligó hace años a cambiar el nombre del negocio si estaba en castellano. **Sois vosotros** los que **acosáis** al castellano allí, y no al

contrario. **Os creéis** que **habláis** la lengua de los dioses. Puro aldeanismo. (elpaís\_pol\_13\_09)

### 8.3.11 Mención a terceros: análisis cuantitativo

Como se ha mencionado en esta investigación las referencias a los participantes del discurso no están orientadas ni hacia un *yo* ni hacia un *tú* participantes de la interacción, sino que son referencias directas a otros miembros del contexto discursivo que rodea la creación de los comentarios, que, a nuestro juicio, deben diferenciarse de las referencias a una segunda persona, como se entiende en los *marcadores de compromiso*. Básicamente, se centran en alusiones a personajes de las noticias. Se ha integrado esta sub-categoría dentro del análisis del metadiscurso en los comentarios de noticias, puesto que entendemos que se constituye en un mecanismo de interacción entre el escritor y la comunidad que está siendo partícipe de la interacción. La audiencia, a la que no se le está dirigiendo el mensaje, entiende que el autor busca cumplir con una meta retórica, por lo que emplea la alusión a un tercero que es parte del discurso, pero no de la interacción, como un mecanismo que facilita la transmisión de su mensaje. Desde otra perspectiva, el referirse a un personaje público se constituiría como un recurso que refuerza la posición argumentativa del escritor, que no espera que el personaje público participe en este tipo interacción (como sí sucedería en otras redes sociales, como Twitter, en la que la interpelación es directa a la propia cuenta de los interpelados). En este sentido, este referente no se encuentra en el mismo nivel que el resto de los usuarios que participan en la interacción, dado que, de acuerdo, a O'Sullivan (2005), el análisis de la recepción de los mensajes producidos en los medios de comunicación debe ser entendido como parte de un continuo entre los ejes de *exclusividad* y *personalización*. Este tipo de comentarios presenta algún grado de personalización: mayor que aquellos mensajes que no tienen destinatarios, pero menor que aquellos que son respuesta a otro miembro de la interacción (considerados como parte de los marcadores de compromiso en esta investigación). Por otro, presenta grados de exclusividad, puesto que si bien tiene un destinatario, sigue teniendo un cierto carácter público, a diferencia de las respuestas directas a otros usuarios (Moya, 2015b).

En concreto, en la Figura 62, se pueden advertir las diferencias de frecuencias de las menciones a terceros en ambos periódicos. Salta a la vista que en Emol la frecuencia de este recurso es mayor que en El País (31 contra 25).

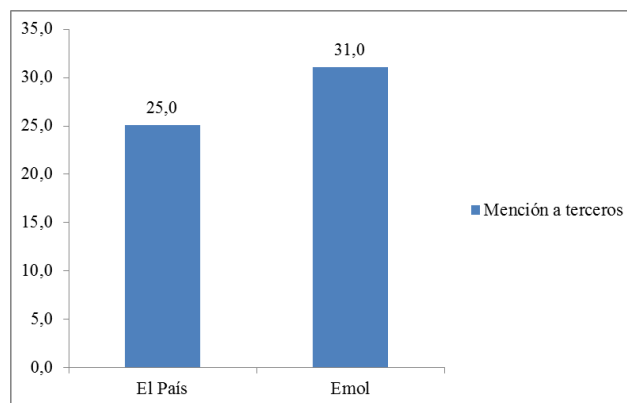


Figura 62: Gráfico de frecuencias de las menciones a terceros por periódico

Por su parte, en la Figura 63 se percibe que efectivamente habría una influencia del ámbito temático en la frecuencia de este rasgo, puesto que en los sub-corpus de deportes se evidencia una frecuencia mayor que los de política. Lo anterior podría estar relacionado con el tipo de discurso que se construiría en cada ámbito temático, puesto que en deportes los usuarios presentan argumentos más relacionados con la pasión que con la razón, con lo que la alusión a aquellos que dan origen a la noticia parece un mecanismo de focalización de la información relevante.

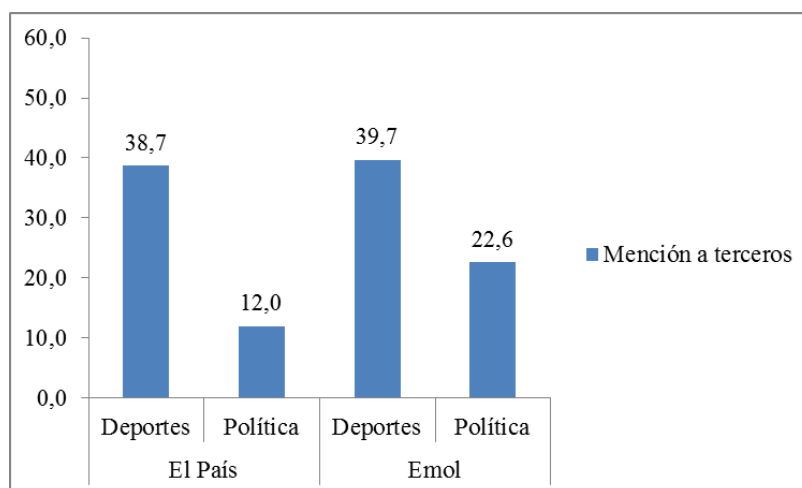


Figura 63: Gráfico de frecuencia de las menciones a terceros por periódico y ámbito

Ahora bien, en cuanto a los casos específicos encontradas, estos han sido catalogados en 5 grupos diferentes, que concuerdan casi por completo con el análisis propuesto en los marcadores de compromiso y cuyas frecuencias se encuentran en la Figura 64. En ésta, se puede percibir que la segunda persona singular es la estrategia

más usada; además, en general, se mantiene la tendencia de que la mayoría de los casos son más frecuentes en los comentarios de noticias deportivas que en los de política.

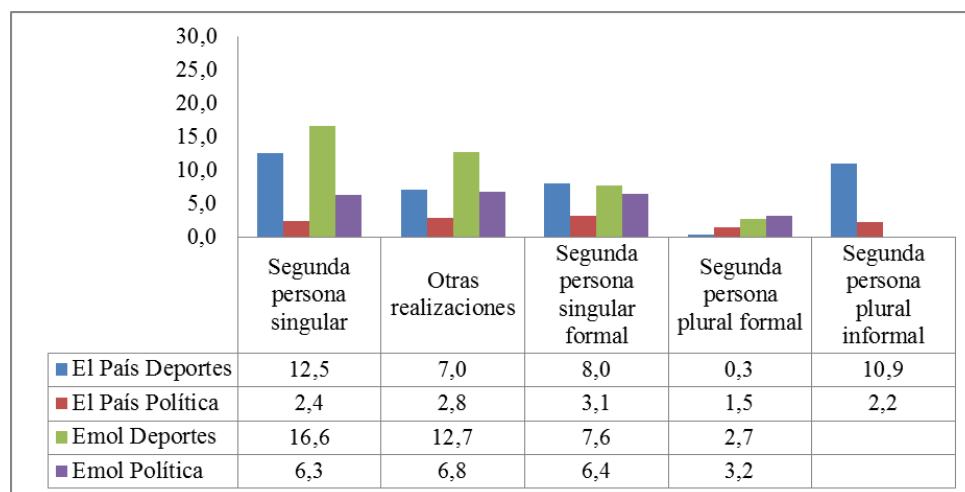


Figura 64: Gráfico de frecuencia de los tipos de realizaciones de las menciones a terceros

Concretamente, las frecuencias realizaciones de la segunda persona singular se detallan en la Figura 65, en donde se destaca que la más frecuente en total es el uso de la desinencia verbal.

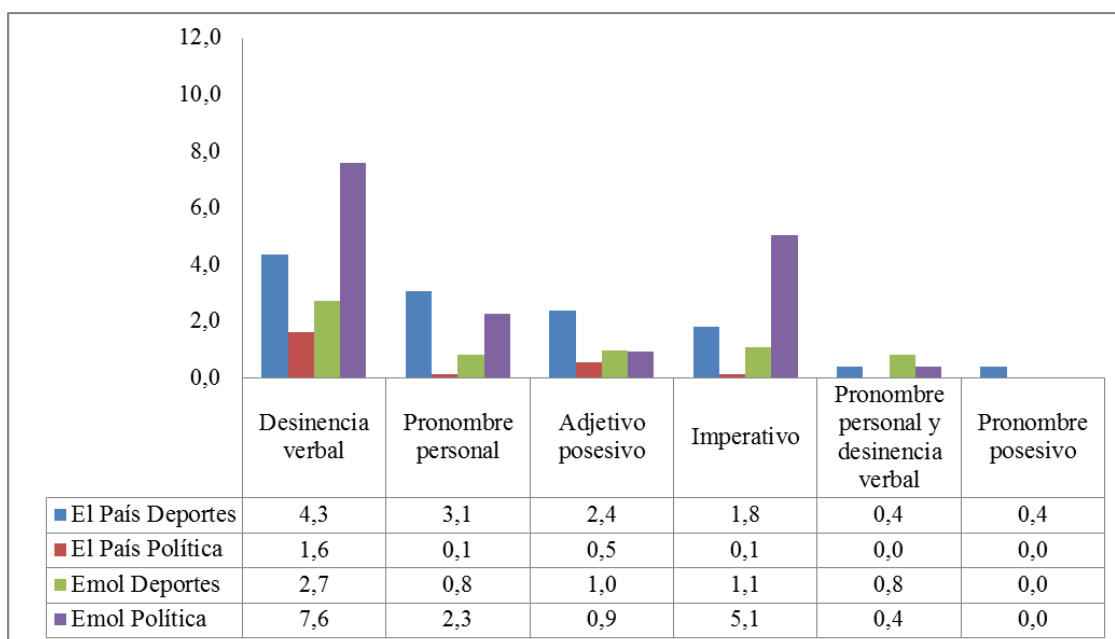


Figura 65: Gráfico de frecuencia de los casos de segunda persona singular de la mención a terceros

Con respecto al conjunto de recursos catalogados como otras realizaciones, se puede observar que el uso de vocativos es la estrategia más empleada, sobre todo en los comentarios de noticias deportivas, lo que refuerza la idea de que el comentario



construido sobre la base de una temática deportiva tiende a presentar sus planteamientos de manera indirecta, a partir de la alusión a los personajes de la noticia (Tabla 29).

Tabla 29: Frecuencia de los casos catalogadas como *otras*

	El País		Emol	
	Deportes	Política	Deportes	Política
Vocativo	6,9	2,8	9,8	6,7
Saludo o despedida	0,1	0,0	1,2	0,1
Petición	0,0	0,0	1,6	0,0

De aquí en adelante, las frecuencias de los casos son, en general, bastante bajas. En la Tabla 30 se pueden observar las frecuencias de los casos de la segunda persona singular formal (*usted*), en donde los recursos más utilizados son el imperativo y el pronombre personal.

Tabla 30: Frecuencias de los casos de segunda persona singular formal en las menciones a terceros

	El País		Emol	
	Deportes	Política	Deportes	Política
Imperativo	2,0	0,0	3,0	1,7
Pronombre personal	2,0	1,2	1,0	1,2
Pronombre personal y desinencia	2,0	1,6	1,4	0,5
Adjetivo posesivo	1,3	0,0	1,8	1,3
Desinencia verbal	0,6	0,3	0,5	1,3
Pronombre posesivo	0,3	0,0	0,0	0,1

Asimismo, en la Tabla 31 se especifican las frecuencias de la segunda persona plural formal e informal en los comentarios de El País. Llama la atención la alta frecuencia del uso de la desinencia verbal junto con el pronombre personal (*vosotros creéis*) en los comentarios de deportes de El País, lo que estaría relacionado, nuevamente, con el proceso de construcción del discurso en el ámbito deportivo.

Tabla 31: Frecuencias de los casos de segunda persona plural formal e informal en las menciones a terceros de El País

	Segunda persona plural informal		Segunda persona plural formal	
	Deportes	Política	Deportes	Política
Pronombre personal	1,1	0,4	0,0	0,3
Pronombre personal y desinencia verbal	7,3	1,5	0,3	0,0

Desinencia verbal	0,3	0,0	0,0	0,9
Imperativo	1,7	0,3	0,0	0,0
Adjetivo posesivo	0,6	0,0	0,0	0,1

Para finalizar, en la Tabla 32, se detalla la frecuencia de los casos de la segunda persona plural (*ustedes*) en Emol y, dado lo escaso de las cifras, solo se puede asegurar que los usuarios preferirían individualizar a su referente público y no generalizarlo, lo que sí se podría interpretar en el caso de El País, a la luz de lo revisado en la Tabla 31.

Tabla 32: Frecuencias de los casos de segunda persona plural de las menciones a terceros de Emol

	Segunda persona plural Emol	
	Deportes	Política
Desinencia verbal	1,2	0,9
Imperativo	1,0	2,1
Pronombre personal	0,3	0,0
Pronombre personal y desinencia	0,3	0,1

### 8.3.12 Mención a terceros: análisis cualitativo

En este apartado, revisaremos casos que nos permitan comprender de qué manera los usuarios utilizan esta estrategia para lograr sus objetivos retóricos.

En primer lugar, una de las alusiones más frecuentes a terceros que se realiza se relaciona con un personaje que es parte del acontecer noticioso que se está comentando, como en 164). Con la alusión al *señor Beyer* (Ministro de Educación de Chile), el autor realiza el contenido de su comentario y le entrega cierta autoridad al mismo, al focalizar sus argumentos en la figura pública más que en ideas que no lo aludan directamente. En este caso, el empleo de un tercero para argumentar busca demostrar la validez de sus argumentos al ser planteados hacia un participante que podría no responder, pero que forma parte del universo discursivo.

- 164) Obvio **señor Beyer**...a toda costa **ud desea** seguir privatizando la educación superior y que los jóvenes se sigan endeudando...porque entonces no **les da** educación pública gratuita a esos jóvenes de universidades privadas mediocres que lo único que buscan es el lucro?...porque se **le olvidó** esa parte, aún no **se pronuncia** al respecto?...**ud. quiere** seguir ayudando al negocio de sus amigos de universidades privadas...gran decepción nos ha causado **señor Beyer...mostró** sus profunda convicción ideológica... (emol\_pol\_20\_19)

En otras ocasiones, a quien se alude no es uno de los personajes de la noticia, sino que es el periodista que la escribió. En 165), se puede advertir que el escritor del comentario rechaza el artículo escrito por *DT* (Diego Torres, periodista de El País), acusándole de su supuesta inclinación por el Real Madrid en la nota escrita.

165) Desde la llegada de Florentino Pérez a la presidencia del club en 2000, que ha llegado con **tu** amigo Valdano, que por lapsus intencional, no **mencionas**, llegaran los galácticos...para culminar Valdano despide Del Bosque, hoy afirma que la decisión no ha sido solamente suya...Mourinho, a quien el club nombró mánager general en 2011, viernes pasado Mourinho lo ha desmentido en la rueda de prensa...Al jugador que entra le comentamos que la formación le hará muy competitivo. Y le advertimos que es más fácil ser astronauta que llegar al primer equipo"...com amigos así quien necesita enemigos?...pero **DT tú te crees** que si Mourinho fuera el responsable de la cantera Toril o otro Toril cualquiera no tendría de seguir la hoja de ruta?...bien o mala es otra historia y todo esto porque el Madrid en dos años ha ganado los mismos trofeos internos, que el Barça...si Mourinho continuara con la misma gente incompetente que anda por el Madrid, no pasaba nada, así (elpaís\_dep\_20\_02)

Ahora bien, destaca la riqueza referencial que de este mecanismo hacen los usuarios. En 166), se aprecia que la alusión no se dirige a un solo participante de la noticia, sino que a dos de ellos:

166) Que perdido esta este equipo, no juega a nada, la defensa un desastre, puros chispazos de los jugadores, y la impotencia de los jugadores provocan que se cometan las estupideces que hace Vidal.....No hay un equipo, solo es un grupo de jugadores, buenos jugadores sin un claro sistema de juego.....CUANDO SE VAN A DAR CUENTA LOS SEÑORES DIRIGENTES DEL FÚTBOL CHILENO QUE HAY QUE HACER UN CAMBIO URGENTE???? CUANTAS DERROTAS MAS NECESITAN???? 5 AL HILO Y 14 GOLES EN CONTRA NO ES SUFICIENTE???, QUIEREN QUE EL EQUIPO VAYA A HACER EL RIDICULO A PERU Y AHI HACER ALGO???? **JADUE, PONTE LOS PANTALONES Y HAZ ALGO, Y BORGHI, POR FAVOR ANDATE, TEN DIGNIDAD Y RENUNCIA DE UNA VEZ, NADIE TE QUIERE EN LA ROJA** (emol\_dep\_08\_09)

Por último, y relacionado con el ejemplo anterior, se destaca también en 167) el hecho de que el escritor del comentario se refiera, primero, a *Mas* (Presidente de la Generalitat de Catalunya), luego, a la coalición que gobierna a Cataluña, de la que él es la cabeza y, finalmente, nuevamente a *Mas*. Y es este devenir referencial el que articula

el comentario y refuerza el carácter argumentativo del mismo: sería imposible desarrollar esta argumentación sin aludir, directamente, a quien está causando estos problemas. De esta manera, el autor busca comprometer a todos aquellos usuarios que tengan la misma opinión que él sobre esta figura pública.

167) **Mas eres** más manipulador que Rasputín.**Recuerda** como acabó él. No se se puede estar un día sí y otro también utilizando a los catalanes y al resto de los españoles como tapadera para desviar la atención sobre el verdadero problema de Cataluña. Entre el Tripartito y los que **malgovernais** ahora en Cataluña ,**habeis** dejado las arcas vacías y endeudado hasta las cejas a Cataluña sin posibilidad de salir del hoyo sin que el Estado a quien **tratais** de endosar el latrocinio tenga que salir a solucionar la ruina económica de Cataluña. **Has** echado un órdago que **te** dejará a los pies de los caballos, demostrando que **eres** un trilerero del tres al cuarto al que la partida le va a dejar con el culo al aire. Las leyes están para cumplirlas y si un representante de el Estado no las cumple o las traiciona el Estado tiene la obligación de hacérselas cumplir ,y ese es **tu** caso.**Te escudas** tras los independentistas para tapar **tu** ruina moral y material, haciendo un daño enorme a nuestra economía, lastrando aun más los problemas que nos acosan desde el exterior. Espero que algún día no muy lejano se **te** juzgue por alta traición. (elpaís\_pol\_20\_13)

## **9. CONCLUSIONES**









El estudio de los comentarios de noticias en la prensa digital no ha tenido la suficiente atención por parte de los estudios lingüísticos, considerando la gran cantidad de información que nos proveen de manera desinteresada los usuarios. Nos acerca a un registro de lengua más cercano a lo espontáneo, a lo coloquial, lo que nos sitúa en registro comunicativo en el que los hablantes no sienten una presión social al momento de interactuar con el resto de la audiencia. Tan valiosa es la información de la que disponemos en estos entornos digitales, que la *paradoja del observador* se supera en cierto sentido, en tanto los usuarios no están conscientes de que están siendo observados, con lo que se comportan de forma familiar y expresiva.

Dadas estas características, los recursos retóricos de los que se valen los usuarios nos hablan de su interés por *participar* y ser incluidos dentro de la agenda nacional de temas de interés. Sin embargo, este interés por participar no es único y exclusivo, puesto que, al mismo tiempo, la CMO hoy en día, gracias al uso de las redes sociales, ha tendido hacia la *interacción* entre los participantes del acontecer nacional. Esta *interacción* se da, al menos, en dos niveles: el primero y más básico, se produce al interactuar con el contenido de la noticia. La prensa digital ha abierto las puertas del proceso informativo en una serie de niveles de acceso a la información (Nip, 2010), en la medida en que entiende que la ciudadanía demanda un conjunto de prácticas con el fin de sentirse un actor relevante en la agenda del país (Hermida, 2011). El segundo nivel se origina cuando, fruto de esa *interacción* con el contenido noticioso, el usuario se encuentra con un grupo de usuarios que están en su misma posición, es decir, con la intención y el interés por ser parte de ese acontecer abierto a los hablantes. Nace, por lo tanto, una *interacción* entre los hablantes, que ya no tan solo comentan sobre la noticia, sino que se apoderan del espacio que les ha sido asignado y comienzan a relacionarse entre sí, modificando los límites que hubieran sido impuestos tácitamente por el entorno tecnológico (Herring, 2007).

De esta manera, la necesidad por dar cuenta de las características que adopta el metadiscurso en español en los comentarios de noticias digitales nos explica el comportamiento retórico de los usuarios en este tipo de entornos. Así, el objetivo general de nuestra investigación se ha cumplido a partir de la realización y consecución de los objetivos específicos trazados.

El primer objetivo específico, es decir, proponer una clasificación para el análisis de las estrategias metadiscursivas específica para los comentarios de noticias digitales se cumplió en la medida en que se demostró la urgencia de ampliar el conjunto de recursos metadiscursivos para este tipo de discursos (los comentarios de noticias). A partir de lo anterior, se planteó una clasificación que amplía lo propuesto por Hyland (2005) y que da cuenta de un conjunto de realizaciones que, de otra manera, no se hubieran considerado. En concreto, se integraron los marcadores exofóricos, que establecen relaciones entre el discurso del comentario y referentes externos al mismo comentario, pero que son parte del universo enunciativo, como segmentos de la misma noticia; los marcadores fáticos, que buscan, principalmente, mantener el canal de comunicación y plantear alternativas al momento de proseguir con la comunicación; y, por último, la mención a terceros, que establece conexiones con otros participantes del universo enunciativo, sin ser parte de la audiencia, como por ejemplo, los personajes que son actores del mundo noticioso que se está comentando.

La integración de estos recursos nos permitió esbozar los rasgos inherentes a este tipo de interacción comunicativa y que, en definitiva, se originan como respuesta a la exigencia de los usuarios por más *participación e interacción* que dominan las diferentes formas de CMO en las redes sociales actualmente. Con lo anterior, y considerando los resultados generales se aprecia que, efectivamente, si bien el modelo de análisis del metadiscurso en su perspectiva interpersonal, que es la propuesta por Hyland (2005), es válido para estudiar el comportamiento retórico en géneros discursivos diferentes a aquellos que se encuentran más relacionados con la escritura académica, requiere de un conjunto de ajustes en función del género discursivo con el que se esté operando. Con lo anterior, resulta muy pertinente la caracterización efectiva de los diferentes géneros discursivos para que el análisis de las estrategias retóricas sea eficaz. Si no existe claridad sobre este aspecto, el estudio no contará con las especificaciones mínimas para una interpretación adecuada de los fenómenos y las descripciones se seguirán basando en la aplicación de un modelo que si bien opera de manera efectiva en contextos académicos, no se sabe cómo actuará en otros contextos comunicativos. En los diferentes tipos de CMO, un punto de partida fundamental resulta el esquema (abierto a modificaciones según avanzan las tecnologías de la comunicación) expuesto por Herring (2007) en el que se consideran los factores sociales y tecnológicos que determinan los rasgos básicos en cualquier tipo de discurso digital.

Se entiende, por tanto, que si bien los diferentes modos que se pueden encontrar en la CMO comparten un conjunto de rasgos que permite agruparlos dentro de un conjunto, no se puede determinar que la naturaleza y los rasgos son iguales para todos. Nos distanciamos, por tanto, de la noción de *netspeak* planteada por Crystal (2001), y creemos que los diferentes modos socio-técnicos con los que cuentan los hablantes para interactuar por medio de la CMO responden a particularidades propias y no deberían ser generalizables (Androutsopoulos, 2006, 2010).

Además, el segundo objetivo específico –caracterizar el uso de las estrategias metadiscursivas en comentarios de noticias digitales españolas y chilenas en dos ámbitos temáticos (deportes y política)– se verificó en la medida en que se aplicó el modelo de clasificación propuesto para el análisis en este tipo de discursos. Al respecto, se confirma el fuerte carácter interpersonal de los comentarios de noticias, en la medida en que los recursos interpersonales, aquellos destinados a establecer una relación directa con la audiencia, son mucho más frecuentes que los textuales en los 4 sub-corpus estudiados. La función de los comentarios de noticias es dar a conocer una opinión sobre el tema que se ha desarrollado en la noticia o bien opinar sobre lo dicho por otro miembro de la audiencia. Desde esta perspectiva, dado que la opinión busca influir en el destinatario para convencerlo de una determinada posición, no es una situación extraña que el metadiscurso interpersonal sea más frecuente que el textual (González Arias, 2014). En líneas generales, en El País se encuentra una frecuencia mayor de metadiscurso que en los comentarios de Emol. Ahora bien, si consideramos la influencia del ámbito temático, es posible señalar que, de hecho, habría una relación entre la frecuencia del metadiscurso y el área temática a la que corresponden los comentarios, puesto que tanto los recursos textuales como los interpersonales son más frecuentes en los sub-corpus de comentarios deportivos. De esta manera, la necesidad por contribuir en la interpretación que la audiencia hace de lo comentado realza la importancia de conocer las estrategias retóricas que emplean los hablantes. Las diferencias en las frecuencias de uso determinadas por la variedad de la lengua española que se usa en cada periódico (español de España y español de Chile) nos llevan a un razonamiento que no es posible de explicar desde un punto de vista dialectal, puesto que, para estos resultados generales que estamos comentando, la explicación podría estar motivada por factores comunicativos propios de la interacción. *Eskup*, la plataforma empleada por El País, motivaría explícitamente un carácter *conversacional* en la forma en la que se

posiciona frente al fenómeno de los comentarios de noticias, mientras que Emol emplea *Facebook* como plataforma para comentar las noticias y no se posiciona como una aplicación que permite, *per se*, la conversación entre los usuarios. Como sea, en cuanto a los casos que se identificaron en cada sub-categoría del metadiscurso textual, si bien son variadas, la mayor frecuencia siempre recayó en algunas partículas que se repetían en los 4 sub-corpus. En el caso del metadiscurso interpersonal, dada su propia naturaleza variable, no es posible determinar el mismo comportamiento en general. Este hecho refuerza la noción de la relación que existe entre los comentarios a noticias y el español coloquial conversacional, en el que la ausencia de planificación impide que emerjan con relativa frecuencia unidades que replacen a las más prototípicas. En la misma línea, si bien fue posible detectar unidades que se identifican con las variedades del español estudiadas en esta investigación, su frecuencia en ningún caso fue elevada en los corpus estudiados. Esta práctica se relaciona con que aunque el tipo de discurso fomente ciertos rasgos coloquiales la transmisión del mensaje se sigue realizando de forma escrita y a una audiencia no especificada, por más que se evidencien rasgos de familiaridad.

El tercer objetivo específico, en otras palabras, comparar el uso de las estrategias metadiscursivas en comentarios de noticias digitales españolas y chilenas en dos ámbitos temáticos se respondió a cabalidad a partir del análisis que se mostró en cada categoría. A continuación, nos detendremos en los aspectos más significativos de cada sub-categoría, con el fin de resaltar aquellos elementos que más debieran llamar la atención en función de dicha comparación. En metadiscurso textual, el uso de conectores resultó ser la sub-categoría más frecuente de todas las estudiadas, levemente superior en El País y con preponderancia en los sub-corpus de comentarios deportivos. Además, el mayor uso de los conectores aditivos, y en especial del conector *y*, demuestra una escritura paratáctica emparentada con la que se produce en el registro coloquial y ya descrita para otras variedades de la CMO (Pano, 2009; Mancera, 2014). Se evidencia, eso sí, que se presentan casos que no serían posibles de emerger en un contexto con mayor formalidad o menor familiaridad, como el uso de signos –como *&*– para establecer la relación aditiva.

Los códigos de glosa no presentaron variaciones en su frecuencia entre El País y Emol y tampoco se puede hablar de que el ámbito temático haya influido realmente en las diferencias encontradas, puesto que éstas son mínimas en el caso de Emol. Las

funciones que pueden cumplir estos mecanismos son los mismos que ya se han descrito en la literatura especializada (Martín Zorraquino y Portolés, 1999; Portolés, 2001) y no han surgido nuevas especializaciones por el tipo de discurso que se está llevando a cabo.

En cuanto a los ordenadores discursivos, si bien hay una mayor frecuencia en Emol, no se puede hablar, al igual que en el caso anterior, de que exista una influencia en el ámbito temático en su uso. Sin embargo, en esta sub-categoría resaltó que la realización más frecuente resultó ser el simple uso de números para ordenar los miembros del discurso que se querían organizar. Lo anterior descansa en el hecho de que lo que prima en este tipo de comunicación es la intención comunicativa, en otras palabras, lo importante es comunicar efectivamente el contenido de la opinión expresada en el comentario y, para conseguirlo, los usuarios se valen de las estrategias que mejor pueden cumplir esa función en los contextos situacionales en los que se encuentran. De esta manera, se demuestra que las tecnologías, en ningún caso, determinan las posibilidades comunicativas de los hablantes, sino que, muy por el contrario, son éstos los que tienen las capacidades suficientes para aprehender y adoptar dichas ventajas tecnológicas con el fin de adaptar su intención comunicativa y potenciar el uso de las plataformas (Herring, 2003; Thurlow y Mroczek, 2011).

Los topicalizadores presentaron un comportamiento similar tanto en los comentarios de El País como de Emol y no se advierte una influencia del ámbito temático en su frecuencia. A pesar de que la frecuencia de este recurso es baja en nuestro corpus en general, su mayor uso en comparación con otras investigaciones se basaría en que los tópicos de interés que se quieren resaltar provendrían desde diferentes fuentes de información que son parte de la construcción textual, es decir, la información puede venir de: el propio usuario y su conocimiento de mundo, la noticia que se está comentando u otro comentario efectuado por un hablante diferente con anterioridad.

Asimismo, el uso de los marcadores endofóricos fue uno de los recursos menos utilizados que se pudieron encontrar en nuestra investigación, con frecuencias similares en los comentarios de ambos periódicos y sin influencia determinada por el ámbito temático. Creemos que esta baja frecuencia responde a la brevedad de los comentarios, por un lado, y, por otro, a la falta de planificación discursiva.

Con respecto a los marcadores exofóricos, sub-categoría integrada para dar cuenta a cabalidad de los fenómenos metadiscursivos en los comentarios de noticias digitales, se aprecia que, efectivamente, existe una mayor frecuencia en los comentarios de El País que en los de Emol, pero no habría una relación con el ámbito temático. Estas diferencias entre el periódico español y el chileno radicarían en la identidad visual que mantiene cada uno de los periódicos, en la medida en que El País emplea *Eskup*, desarrollada por el mismo equipo del periódico, lo que permite conservar una consecuencia visual que promueve que los usuarios comprendan que su discurso, es decir, su comentario, es parte de la construcción noticiosa (Androutsopoulos y Tereick, 2016). Sin embargo, esta identidad visual homogénea no es promovida en Emol, ya que Facebook se integra como un elemento externo al contenido noticioso. Nuevamente, para determinar este hecho resulta imprescindible caracterizar el discurso de los comentarios en función de las características socio-técnicas y sociales que se puedan llegar a identificar y que podrían guiar la interpretación de los resultados en el discurso digital (Herring, 2007).

Por su parte, los marcadores fácticos son mucho más frecuentes en El País que en Emol, pero no hay evidencia sobre la influencia del ámbito temático en esta sub-categoría. Las diferencias en ambos periódicos, nuevamente, no pueden relacionarse directamente con usos dialectales divergentes, puesto que creemos que el uso de las características que provee la tecnología en estos casos influye (mas no determina) el comportamiento de estas unidades en nuestro corpus. Al igual que para los marcadores exofóricos, *Eskup* termina siendo fundamental en esta diferencia, puesto que, en este caso, la plataforma desarrollada por El País apunta a que los usuarios conversen y es en esta conversación en la que se intenta, principalmente, mantener el canal de comunicación abierto o bien llamar la atención sobre parte de la audiencia.

Para finalizar con los recursos textuales, llamó la atención la escasa frecuencia de los marcadores de evidencialidad en nuestra investigación. Dentro de este contexto, los comentarios de Emol presentaron una mayor frecuencia de este recurso, a pesar de las bajas cifras, los comentarios políticos son los que mostraron una mayor cantidad comparativa. Esta diferencia temática podría estar relacionada con que, de hecho, el discurso de carácter político requeriría de una muestra de evidencias y procedencia de la información.

El segundo grupo de estrategias metadiscursivas, esto es, las interpersonales se constituyeron en las más interesantes, en la medida en que resaltan el carácter participativo que se origina en los comentarios de noticias digitales. Como se dijo anteriormente durante la investigación presentada, la frecuencia en el uso de los atenuadores fue uno de los resultados más interesantes e importantes de nuestra investigación, puesto que, contrario a lo que se ha dicho frecuentemente sobre el español de Chile (Puga, 1997), fue en los comentarios de noticias de El País, identificados con la variedad española, en los que se presentó una mayor cantidad de atenuadores. Lo anterior refuerza la noción de que las diferencias entre las variedades no pueden generalizarse, sino que se deben realizar en función de las características del género discursivo al que pertenecen y a las constricciones situacionales que ahí se producen para así no dejarse llevar por las influencias culturales generales que se puedan establecer; en otras palabras, es la situación comunicativa real y no solamente la cultura la que determina la frecuencia de uso de la atenuación como categoría metadiscursiva, primero, y pragmática, después. Y es desde esta perspectiva pragmática que se tuvieron que ampliar los mecanismos de análisis para estos recursos, puesto que en los estudios metadiscursivos, en general, la estrategia de análisis se basaba en un agrupar los fenómenos en cuanto a su valor semántico. Por esto, los estudios provenientes del español coloquial (Briz, 2001; Albelda, 2008; entre otros) resultaron fundamentales, en tanto sus descripciones se constituyeron en puntos de partida para agrupar los fenómenos de nuestra investigación. Su comportamiento fue vital para poder ir un paso más allá y relacionar, en definitiva, el discurso digital que se produce en los comentarios de noticias con el español coloquial conversacional descrito por el grupo Vales.Co. De esta manera, se acentúa la noción de que si bien el análisis metadiscursivo propuesto por Hyland (2005) es útil para estudiarlo en otros contextos diferentes al académico, es necesario ampliar los horizontes metodológicos y nutrirse de las investigaciones que se han realizado en otros contextos comunicativos.

Los intensificadores también se manifiestan como una de las estrategias más utilizadas por los hablantes en la prensa digital. La frecuencia de este fenómeno es mayor en los comentarios de El País que en los de Emol, pero no habría relación con el ámbito temático al que pertenecerían los discursos. La alta frecuencia de los intensificadores se relaciona con lo planteado por Briz (2001) sobre el español coloquial, esto es, la conversación coloquial se caracteriza por ser más intensificadora

que atenuadora. Lo anterior, al igual que en el caso de los atenuadores, demuestra la importancia de integrar, también en este recurso, los mecanismos de análisis propuestos en el español coloquial conversacional. A partir de esa integración, fue posible dar cuenta de una serie de rasgos intensificadores que, de otra manera, no se hubieran identificado; así, el discurso digital permite el empleo de estrategias provenientes de la lengua oral, que quiere ser representado a través de la escritura en la CMO, como por ejemplo el uso de mayúsculas, el alargamiento vocálico o la repetición de signos de interrogación o exclamación.

El uso de los marcadores de actitud en nuestra investigación demuestra el carácter que los hablantes le entregan a los mensajes que escriben a través de los comentarios de noticias. Se evidenciaron diferencias entre los comentarios de ambos periódicos, ya que en los de El País hubo una frecuencia mayor que en Emol y, además, en este caso, sí se documentaron diferencias originadas por el ámbito temático, puesto que en los sub-corpus de comentarios de noticias deportivas, la frecuencia de los marcadores de actitud fue mayor que en los de política. Asimismo, para describir de mejor manera estos recursos, se efectuó un análisis en el que se dio cuenta de si las unidades eran centralizadas o polarizadas, por un lado, y, por otro, si estaban orientadas hacia la evaluación, la emoción o la significancia. En esta sub-categoría fue posible identificar una serie de realizaciones que son propias del discurso digital que se aproxima al eje de la coloquialidad. Por ejemplo, se identificaron las interjecciones como mecanismos para representar la risa (*jajaja*) y el uso de emoticonos para dar cuenta de su emoción al respecto.

El empleo de las automenciones refleja la posición autorial del *yo* frente a su audiencia y se erige como una autoridad en la materia. Esto se ve reforzado por el tipo de discurso al que se está refiriendo, esto es, no es especializado, sino que es general y de interés nacional. En cuanto a su frecuencia, el uso es mayor en los comentarios de El País que en los de Emol y, además, se observa una relación entre los ámbitos temáticos, porque en los sub-corpus de política la frecuencia es mayor que en los de política. De nuevo, la relación con el español coloquial se manifiesta en esta sub-categoría, puesto que la presencia de estas realizaciones es muy superior a la presentada en otras investigaciones, lo que manifiesta el fuerte carácter egocéntrico de este tipo de discursos, al igual que en el español coloquial.



Los marcadores de compromiso demuestran la importancia del componente interpersonal en los comentarios de noticias, dado que la frecuencia de uso en nuestra investigación es muy elevada y es en los comentarios de Emol en los que se documenta una frecuencia mayor que en El País. En cuanto a la influencia del ámbito temático, cabe destacar los comentarios de noticias políticas evidencian una mayor frecuencia de estos recursos. Sin duda, el resultado que más llamó la atención fue la escasa presencia del *voseo* en los casos de los comentarios de Emol, que hubiese sido esperable dadas las características del fenómeno, es decir, fuertemente informal. Una posible interpretación de este hecho radicaría en que los comentarios de noticias siguen perteneciendo al ámbito de la escritura, por mucho que se manifiesten rasgos propios de la oralidad. Sin embargo, a partir del análisis de los ejemplos fue posible determinar que el uso de esta realización se distancia de lo que se ha descrito para el *voseo* en la lengua oral, puesto que en nuestra investigación se demostró que su función es provocar el desacuerdo con la audiencia de una manera, incluso, provocadora y no reforzar los vínculos entre los participantes (Rivadeneira y Clua, 2011).

Las menciones a terceros se vinculan con referencias directas a otros miembros del contexto discursivo que rodea la creación de los comentarios. En general, son los protagonistas de las noticias y se constituyen como un mecanismo de interacción entre el escritor y la audiencia. La frecuencia de este fenómeno es mayor en Emol y, en cuanto al ámbito temático, son más frecuentes en los sub-corpus de comentarios deportivos que en los políticos. De esta manera, se relacionaría con el tipo de argumentación que se realiza en cada ámbito.

En definitiva, se puede asegurar que la influencia del ámbito temático no es transversal en todas las sub-categorías estudiadas, puesto que mientras en algunas ni siquiera se pudo determinar, en otras o bien se percibía un influjo en los comentarios deportivos o bien políticos. Por lo mismo, el estudio de estos recursos debe realizarse con especial cuidado, con el fin de no caer en generalizaciones sin fundamentos claros. Sin embargo, por otro lado, en cuanto al cuarto objetivo específico, es decir, determinar diferencias culturales subyacentes al empleo de las estrategias metadiscursivas en los comentarios de noticias digitales en el español de España y Chile, creemos que si bien se encontraron diferencias que se pueden identificar con las variedades del español estudiadas (identificadas con casos específicos en cada categoría estudiada), no

podemos asegurar que éstas se deban a motivos culturales. Señalamos lo anterior puesto que las diferencias que se evidenciaron podrían explicarse por las características situacionales derivadas de las características de la aplicación que se emplea para comentar en cada periódico.

El último objetivo específico (describir el uso específico de cada estrategia metadiscursiva) se logró de forma amplia al entregar los listados con las frecuencias de los casos para cada una de las categorías estudiadas en esta investigación. Lo anterior permite comparar los casos entre los periódicos y los ámbitos temáticos específicos con el objetivo de caracterizar detalladamente cada categoría.

Para finalizar, los resultados de la presente tesis doctoral permiten abrir una serie de líneas de investigación que complementarían los datos aquí obtenidos. En primer lugar, se deben investigar los comentarios de noticias en periódicos que tengan una ideología política diferente, con el fin de determinar si es que hay alguna relación entre este aspecto y el uso de ciertas estrategias retóricas. En segundo lugar, es necesario dar a conocer la información de otras variedades del español para así comparar el comportamiento retórico de los usuarios. Además, resultaría relevante identificar cuál es la influencia directa de la plataforma que facilita los comentarios en la composición argumentativa de los mismos y, a partir de lo anterior, comparar periódicos digitales que empleen plataformas similares para poder contrastar en igualdad de condiciones. En cuarto lugar, y ampliando las perspectivas retóricas hasta ahora mencionadas, es relevante identificar las características generales que presenta este tipo de discursos en la CMO, por ejemplo, determinar la actitud de los usuarios de los periódicos sobre la función misma de los comentarios como estrategia interactiva; es necesario conocer si esta percepción modifica la participación y la interpretación de los hablantes. En la misma línea, es importante conocer de qué manera influye en la interpretación de los lectores el uso de estrategias interpersonales como los atenuadores, intensificadores o marcadores de actitud. Por último, se debe reconocer (a modo de limitación) lo imperioso que resulta la realizar un análisis inter-juez en este tipo de investigaciones, con el fin de validar el etiquetado en las diferentes categorías. Al respecto, es importante llegar a una automatización del proceso de etiquetado en este tipo de estudios, que facilite la validación de los resultados.

## **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**







- Abdi, R., Rizi, M. T., y Tavakoli, M. (2010). The cooperative principle in discourse communities and genres: A framework for the use of metadiscourse. *Journal of Pragmatics*, 42(6), 1669-1679.
- Academia Chilena de la lengua (2010). *DUECh, Diccionario de uso del español de Chile*. Santiago, Chile: Editorial MN.
- Acero, J., Bustos, E., y Quesada, D. (2010). *Introducción a la Filosofía Del Lenguaje*. Madrid: Cátedra.
- Acín Villa, E. (1993). Sobre pero enfático. *Cuadernos de investigación filológica*, 19-20, 219-233.
- Ädel, A. (2006). *Metadiscourse in L1 and L2 English*. Amsterdam: John Benjamins Publishing.
- Ädel, A. (2010). Just to give you kind of a map of where we are going: A Taxonomy of Metadiscourse in Spoken and Written Academic English. *Nordic Journal of English Studies*, 9(2), 41-68.
- Ädel, A., y Mauranen, A. (2010). Metadiscourse: Diverse and Divided Perspectives. *Nordic Journal of English Studies*, 9(2), 1-11.
- Albelda, M. (2004). *La intensificación en el español coloquial* (Tesis de doctorado). Universitat de València: Valencia, España.
- Albelda, M. (2010). ¿Cómo se reconoce la atenuación? Una aproximación metodológica basada en el español peninsular hablado. En: F. Orletti y L. Mariottini (eds.), *(Des)cortesía en español* (pp-41-70). Roma: Università Roma Tre.
- Albelda, M. y Briz, A. (2010). Cortesía y atenuantes verbales en las dos orillas a través de muestras orales. En: M. Aleza, y J. Enguita (coords.), *La lengua española en América: normas y usos actuales* (pp.237-260). Valencia: Universitat de València
- Albelda, M. y Cestero, A. (2011). De nuevo sobre los procedimientos de atenuación. *Español actual*, 96, 121-155.
- Alejo González, R. (2005). Textual metadiscourse in commercial websites. *Ibérica*, 9, 33-52.
- Androutsopoulos, J. (2006). Introduction: Sociolinguistics and computer-mediated communication. *Journal of Sociolinguistics*, 10(4), 419-438.
- Androutsopoulos, J. (2010). Localizing the Global on the Participatory Web. En N. Coupland (Ed.), *The Handbook of Language and Globalization* (pp. 201-231). Sussex: Wiley-Blackwell.
- Androutsopoulos, J. (2011). From variation to heteroglossia in the study of computer-mediated discourse. Digital discourse: Language in the new media. En C. Thurlow y K. Mroczek (Eds.), *Digital Discourse Language in the New Media* (pp. 277-298). Oxford: Oxford University Press.
- Androutsopoulos, J. (2013). Online Data Collection. En C. Mallinson, B. Childs y G. Herk (Eds.), *Data Collection in Sociolinguistics: Methods and Applications* (pp. 236-249). Nueva York: Routledge.
- Androutsopoulos, J. y Tereick, J. (2016). YouTube: language and discourse practices in participatory culture. En A. Georgakopoulou y T. Spilioti, *The Routledge Handbook of Language and Digital Communication* (pp. 354-379). Nueva York: Routledge.
- Anthony, L. (2014). Antconc (Version 3.4.3). Waseda: Faculty of Science and Engineering of Waseda University.
- Aparici, R., y Acedo, S. (2013). La Cultura de la Participación. *Revista Mediterránea de Comunicación. Mediterranean Journal of Communication*, 4(2), 137-149.

- Arancibia, C., y Montecinos, L. (2013). El blog de comentarios de textos de opinión en ciberperiódicos: un género en constante reconstrucción. *Literatura y Lingüística*, 28, 123–147.
- Arjona, M. (1990). El adverbio muy y otros intensificadores en el habla popular de México. *Anuario de Letras*, 28, 75-96.
- Asociación de Academias de la Lengua Española y Real Academia Española. (2004). La nueva política lingüística panhispánica. En *Actas del III Congreso Internacional de la Lengua Española (CILE)* (pp. 1–26). Rosario, Argentina.
- Austin, J. (1996). *Como hacer cosas con palabras / How to do Things With Words*. Barcelona: Editorial Paidós.
- Bajtin, M. M. (1986). *Speech Genres and Other Late Essays*. Texas: University of Texas Press.
- Baron, N. (2008). *Always on: Language in an online and mobile world*. Oxford: Oxford University Press.
- Beauvais, P. J. (1989). A Speech Act Theory of Metadiscourse. *Written Communication*, 6(1), 11–30.
- Belda Medina, J. (2002). La comunicación en español a través del correo electrónico. *Revista de investigación lingüística*, 2(5), 39-59.
- Belmonte, I. A. (2012). “I Feel as if I Were a Real Teacher”: An Analysis of EFL Student Teachers’ Evaluative Discourse through Appraisal Theory. *Revista Canaria de Estudios Ingleses*, 65, 13–28.
- Benson, P. (2015). Youtube as text: spoken interaction analysis and digital discourse. En R. Jones, A. Chik y C. Hafner, *Discourse and Digital Practices: Doing Discourse Analysis in the Digital Age* (pp. 81–96). Nueva York: Routledge.
- Biber, D. (1993). Representativeness in Corpus Design. *Literary and Linguistic Computing*, 8(4), 243–257.
- Biber, D., Conrad, S., y Reppen, R. (1998). *Corpus linguistics: Investigating language structure and use*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Boczkowski, P. J., y Mitchelstein, E. (2012). How Users Take Advantage of Different Forms of Interactivity on Online News Sites: Clicking, E-Mailing, and Commenting. *Human Communication Research*, 38(1), 1–22.
- Boni, F. (2008). *Teorías de los medios de comunicación*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Bosque, I. (2004). Sobre la redundancia y su forma de interpretarla. *Actas del I Simposio de Didáctica*. Río de Janeiro: Instituto Cervantes, 23-49.
- Boyd, D. (2010). Social Network Sites as Networked Publics. En Z. Papacharissi (Ed.), *A networked self: Identity, community, and culture on social network sites* (pp. 39–58). Nueva York: Routledge.
- Briz, A. (1993). Los conectores pragmáticos en el español coloquial (I): su papel argumentativo. *Contextos*, 21-22, 145-188.
- Briz, A. (2001). *El español coloquial en la conversación: esbozo de pragmatología*. Barcelona: Ariel.
- Briz, A. (2003). La estrategia atenuadora en la conversación cotidiana española. En: *Actas del Primer Coloquio del Programa EDICE*. Estocolmo: Universidad de Estocolmo, 17-46.
- Briz, A. (2007). Para un análisis semántico, pragmático y sociopragmático de la cortesía atenuadora en España y América. *Lingüística Española Actual*, 29(1), 5-40.
- Briz, A. (2010). *El español coloquial: situación y uso*. Madrid: Arco Libros.
- Brown, G., Yule, G. (1983). *Discourse Analysis*. Cambridge: Cambridge University Press.



- Bruce, I. (2011). Evolving genres in online domains: The hybrid genre of the participatory news article. En A. Mehler, S. Sharoff y M. Santini, *Genres on the Web* (pp. 323–348). Amsterdam: Springer.
- Bucy, E. P. (2004). Interactivity in Society: Locating an Elusive Concept. *The Information Society*, 20(5), 373–383.
- Bucy, E. P. y Tao, C.-C. (2007). The Mediated Moderation Model of Interactivity. *Media Psychology*, 9(3), 647–672.
- Calsamiglia, H., y Tusón, A. (2002). *Las cosas del decir. Manual de análisis de discurso*. Barcelona: Ariel.
- Cao, F., y Hu, G. (2014). Interactive metadiscourse in research articles: A comparative study of paradigmatic and disciplinary influences. *Journal of Pragmatics*, 66, 15–31.
- Carlson, G. (2006). Reference. En L. Horn y G. Ward (Eds.), *Handbook of Pragmatics* (pp. 74–96). Reino Unido: Blackwell.
- Carrió-Pastor, M.L. (2007). La variación en el uso de las expresiones de certeza en los textos científicos. *Bells: Barcelona English language and literature studies*, 16, 1-13.
- Carrió-Pastor, M.L. (2013). A contrastive study of the variation of sentence connectors in academic English. *Journal of English for Academic Purposes*, 12(3), 192–202.
- Carrió-Pastor, M.L., y Muñiz-Calderón, R. (2012). Lexical variations in business e-mails written by non-native speakers of English. *LSP Journal-Language for Special Purposes, Professional Communication, Knowledge Management and Cognition*, 3(1), 4-13.
- Carrió-Pastor, M.L. y Muñiz-Calderón, R. (2013). Variation of English business e-mails in Asian countries. *Ibérica*, 26, 55–76.
- Carrió-Pastor, M.L. (2014). Cross-cultural Variation in the Use of Modal Verbs in Academic English. *Sky: Journal of Linguistics*, 27, 153–166.
- Carrió-Pastor, M.L. y Muñiz Calderón, R. (2015). A contrastive analysis of metadiscourse features in business e-mails written by non-native speakers of English. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 173, 32nd International Conference of the Spanish Association of Applied Linguistics (AESLA): *Language Industries and Social Change*, 214-221.
- Cartagena, N. (2002). *Apuntes para la historia del español en Chile*. Santiago de Chile: Cuadernos de la Academia Chilena de la Lengua.
- Casado Velarde, M. (2010). *Introducción a la gramática del texto del español*. Madrid: Arco Libros.
- Casero-Ripollés, A. y Andrés Feenstra, R. (2012). Nuevas formas de producción de noticias en el entorno digital y cambios en el periodismo: el caso del 15-M. *Comunicación y Hombre*, 8, 129–140.
- Chomsky, N. (1969). *Aspects of the Theory of Syntax*. Massachusetts: MIT press.
- Cormode, G., y Krishnamurthy, B. (2008). Key differences between Web 1.0 and Web 2.0. *First Monday*, 13(6).
- Crismore, A. (1983). *Metadiscourse: What it is and how it is used in school and non-school social science texts*. Illinois: University of Illinois at Urbana-Champaign.
- Crismore, A., Markkanen, R. y Steffensen, M. S. (1993). Metadiscourse in Persuasive Writing A Study of Texts Written by American and Finnish University Students. *Written Communication*, 10(1), 39–71.
- Crompton, P. (1997). Hedging in Academic Writing: Some Theoretical Problems. *English for Specific Purposes*, 16(4), 271-287.

- Crystal, D. (2001). *Language and the Internet*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Dafouz-Milne, E. (2008). The pragmatic role of textual and interpersonal metadiscourse markers in the construction and attainment of persuasion: A cross-linguistic study of newspaper discourse. *Journal of Pragmatics*, 40(1), 95–113.
- Dahl, T. (2004). Textual metadiscourse in research articles: a marker of national culture or of academic discipline? *Journal of Pragmatics*, 36(10), 1807–1825.
- Domínguez García, M. (2007). *Conectores discursivos en textos argumentativos breves*. Madrid: Arco Libros.
- Ediciones El País. (2010). *Eskup*. Madrid: El País. Recuperado desde <http://eskup.elpais.com/index.html>. Última visita: 4 de mayo de 2016.
- Eggins, S. (2004). *Introducción a la Lingüística Sistémica*. La Rioja: Ediciones de la Universidad de La Rioja.
- Escandell Vidal, M. V. (2006). *Introducción a la pragmática*. Barcelona: Editorial Ariel.
- Fernández Bernárdez, C. (1994). Marcadores textuales de "ejemplificación". *ELUA. Estudios de Lingüística*, 10, 103-144.
- Ferrara, K., Brunner, H. y Whittemore, G. (1991). Interactive written discourse as an emergent register. *Written Communication*, 8(1), 8–34.
- Figueras Bates, C. (2014). Pragmática de la puntuación y nuevas tecnologías. *Normas*, 4, 135-160.
- Flower, L. y Hayes, J. R. (1981). A cognitive process theory of writing. *College composition and communication*, 32(4), 365-387.
- Fryer, D. L. (2013). Exploring the dialogism of academic discourse: Heteroglossic Engagement in medical research articles. *Language and Computers*, 77(1), 183–207.
- Fu, X. y Hyland, K. (2014). Interaction in two journalistic genres: A study of interactional metadiscourse. *English Text Construction*, 7(1), 122-144.
- Fuentes Rodríguez, C. (1993). Comportamiento discursivo de "bueno", "bien", "pues bien". *ELUA. Estudios de Lingüística*, 9, 205-221.
- Fuertes-Olivera, P. A., Velasco-Sacristán, M., Arribas-Baño, A. y Samaniego-Fernández, E. (2001). Persuasion and advertising English: Metadiscourse in slogans and headlines. *Journal of Pragmatics*, 33(8), 1291–1307.
- Gambarte, E. (2016). *Introducción al comentario pragmático de textos*. Pamplona: Leer-E.
- García-de-Torres, E. (2010). Contenido generado por el usuario: aproximación al estado de la cuestión. *El Profesional de la Información*, 19(6), 585–594.
- Gardner, R. y Luchtenberg, S. (2000). Reference, image, text in German and Australian advertising posters. *Journal of Pragmatics*, 32, 1807-1821
- Gillaerts, P., y Van de Velde, F. (2010). Interactional metadiscourse in research article abstracts. *Journal of English for Academic Purposes*, 9(2), 128–139.
- González Arias, C. (2014). El metadiscurso en columnas de opinión y en los comentarios de lectores en un ambiente virtual y público. *Spanish in Context*, 11(2), 155–174.
- González Arias, C. y López, L. (2013). Las expresiones agresivas en los comentarios de los usuarios de blogs periodísticos: un análisis por medio de la teoría de la valoración. *Tonos Digital*, 24.
- Gonzalez, W. J. (1986). *La teoría de la referencia: Strawson y la Filosofía Analítica*. Madrid: Editum.
- Gouti, G. (2006). Intercambios en los foros de debate: algunos elementos de reflexión para un acercamiento lingüístico. *Estudios de Lingüística Del Español*, (24), 3.

- Guerrero Salazar, S. (2002). El lenguaje deportivo, entre coloquial y literario. *Isla de Arriarán: Revista Cultural y Científica* 19, 365-384.
- Haensch, G. (1998). Opiniones de filólogos y actitudes de hablantes ante el contraste español de América/español peninsular. *Boletín de Filología de La Universidad de Chile*, XXVII, 565–593.
- Halliday, M. A. K. (1982). *El lenguaje como semiótica social: la interpretación social del lenguaje y del significado*. México D.F: Fondo de Cultura Económica.
- Halliday, M. (2014). *An introduction to functional grammar*. Londres: Routledge.
- Harris, Z. (1959). The Transformational Model of Language Structure. *Anthropological Linguistics*, 288–290.
- Harwood, N. (2005). ‘We do not seem to have a theory... The theory I present here attempts to fill this gap’: Inclusive and exclusive pronouns in academic writing. *Applied linguistics*, 26(3), 343-375.
- Hedeboe, B. (2012). Emergence of evaluative stance: Tracing primary school children’s language development in story writing. *Journal of Applied Linguistics*, 6(1), 23–44.
- Hermida, A. (2011). Mechanisms of participation: How audience options shape the conversation. En J. B. Singer, A. Hermida, D. Domingo, A. Heinonen, S. Paulussen, T. Quandt, Z. Reich, R. Vujnovic (Eds.), *Participatory Journalism* (pp. 11–33). Nueva York: Wiley-Blackwell.
- Herring, S. (2001). Computer-mediated discourse. En D. Tannen, D. Schiffrin y H. Hamilton, *The handbook of discourse analysis* (pp. 612-634). Oxford: Blackwell.
- Herring, S. (2003). Media and language change: Introduction. *Journal of Historical Pragmatics*, 4(1), 1–17.
- Herring, S. (2004). An Approach to Researching Online Behavior. En S. Barab, R. Kling y J. Gray (Eds.), *Designing for virtual communities in the service of learning* (pp. 338–376). Cambridge: Cambridge University Press.
- Herring, S. (2007). A Faceted Classification Scheme for Computer-Mediated Discourse. *Language@Internet*, 4(1).
- Herring, S. (2008). Digital Media. En P. Hogan (Ed.), *The Cambridge Encyclopedia of the Language Sciences*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Herring, S. (2008). Language and the Internet. En W. Donsbach (Ed.), *The international encyclopedia of communication*. Nueva Jersey: John Wiley & Sons.
- Herring, S. (2013). Discourse in Web 2.0: Familiar, reconfigured, and emergent. En D. Tannen y A.M. Trester, *Discourse 2.0* (pp. 1–25). Georgetown: Georgetown University Press.
- Herring, S., Kouper, I., Paolillo, J. C., Scheidt, L. A., Tyworth, M., Welsch, P. y Yu, N. (2005). Conversations in the blogosphere: an analysis“ from the bottom up.” En *System Sciences, 2005. HICSS’05*.
- Herring, S., Scheidt, L. A., Bonus, S., y Wright, E. (2004). Bridging the gap: A genre analysis of weblogs. En *System Sciences, 2004. Proceedings of the 37th Annual Hawaii International Conference on* (pp. 142–171).
- Herring, S., Stein, D. y Virtanen, T. (2013). Introduction to the Pragmatics of CMC. En *Pragmatics of computer-mediated communication* (pp. 3–33). Berlín: De Gruyter Mouton.
- Herring, S., y Demarest, B. (2011). *Mode choice in multimodal comment threads: Effects on participation and language use*. Presented at the Internet Research 12.0, Seattle.
- Hine, C. (2000). *Etnografía Virtual*. Barcelona: Sage.

- Hidalgo Navarro, A. (1996). Sobre los mecanismos de impersonalización en la conversación coloquial: el tú impersonal. *Estudios de Lingüística*, 163-176.
- Hugo, E. (2011). Las formas de segunda persona singular como estrategias evidenciales. *Revista de Lingüística Teórica y Aplicada*, 49(1), 143-167.
- Hunston, S. (2010). How can a corpus be used to explore patterns? En A. O’Keefe y M. McCarthy (Eds.), *The Routledge handbook of corpus linguistics* (pp. 152–166). Nueva York: Routledge.
- Hyland, K. (1994). Hedging in Academic Writing and EAP Textbooks. *English for Specific Purposes*, 13(3), 239-256.
- Hyland, K. (1996). Writing without conviction. *Applied Linguistics*, 17(4), 433-454.
- Hyland, K. (1996b). Talking to the academy: Forms of hedging in science research articles *Written Communication*, 13 (2), 251-281
- Hyland, K. (1998a). Persuasion and context: The pragmatics of academic metadiscourse. *Journal of Pragmatics*, 30(4), 437–455.
- Hyland, K. (1998b). Boosting, hedging and the negotiation of academic knowledge. *TEXT*, 18(3), 349-382.
- Hyland, K. (1998c). *Hedging in Scientific Research Articles*. Amsterdam: John Benjamins.
- Hyland, K. (1999). Talking to Students: Metadiscourse in Introductory Coursebooks. *English for Specific Purposes*, 18(1), 3–26.
- Hyland, K. (2000). Hedges, Boosters and lexical invisibility: noticing modifiers in academic texts. *Language Awareness*, 9(4), 179-197.
- Hyland, K. (2002). Authority and invisibility: Authorial identity in academic writing. *Journal of pragmatics*, 34(8), 1091-1112.
- Hyland, K. (2005). *Metadiscourse: Exploring Interaction in Writing*. Londres: Continuum International Publishing Group.
- Hyland, K. (2007). Applying a Gloss: Exemplifying and Reformulating in Academic Discourse. *Applied Linguistics*, 28(2), 266-285.
- Hyland, K., y Tse, P. (2004). Metadiscourse in Academic Writing: A Reappraisal. *Applied Linguistics*, 25(2), 156–177.
- Hymes, D. (1979). La etnografía del habla. *Lenguas Modernas*, 7, 1–10.
- Ifantidou, E. (2005). The semantics and pragmatics of metadiscourse. *Journal of Pragmatics*, 37(9), 1325–1353.
- Instituto Cervantes. (2014). *El Español: Una lengua viva*. Madrid: Instituto Cervantes.
- Jakobson, R. (1980). *El marco del lenguaje*. México D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- Jenkins, R. (2008). *Social Identity*. Nueva York: Routledge.
- Jensen, M. H. (2002). La referencia en algunas expresiones impersonales–Diferentes lecturas de uno y la segunda persona del singular. *Romansk*, 16, 127–138.
- Jones, R. (2004). The problem of context in computer mediated communication. En P. LeVine y R. Scollon (Eds.), *Discourse and technology: Multimodal discourse analysis* (pp. 20–33). Washington, DC: Georgetown University Press.
- Jones, R. H., Chik, A. y Hafner, C. (2015a). *Discourse and Digital Practices: Doing Discourse Analysis in the Digital Age*. Nueva York: Routledge.
- Jones, R. H., Chik, A. y Hafner, C. (2015b). Introduction: discourse analysis and digital practices. En *Discourse and Digital Practices: Doing Discourse Analysis in the Digital Age* (pp. 1–17). Nueva York: Routledge.
- Jucker, A. H. (2003). Mass media communication at the beginning of the twenty-first century: Dimensions of change. *Journal of Historical Pragmatics*, 4(1), 129–148.

- Khabbazi-Oskouei, L. (2013). Propositional or non-propositional, that is the question: A new approach to analyzing “interpersonal metadiscourse” in editorials. *Journal of Pragmatics*, 47(1), 93–107.
- Khajavy, G. H., Asadpour, S. F. y Yousefi, A. (2012). A Comparative Analysis of Interactive Metadiscourse Features in Discussion section of Research Articles Written in English and Persian. *International Journal of Linguistics*, 4(2), 147–159.
- King, B. (2015). Investigating digital sex talk practices: a reflection on corpus-assisted discourse analysis. En *Discourse and Digital Practices: Doing Discourse Analysis in the Digital Age* (pp. 130–143). Nueva York: Routledge.
- Kopple, V. (2012). The importance of studying metadiscourse. *Applied Research on English Language*, 1(2), 37–44.
- Kumpf, E. P. (2000). Visual metadiscourse: Designing the considerate text. *Technical Communication Quarterly*, 9(4), 401–424.
- Lafuente-Millán, E. (2012). A Contrastive Study of Generic Integrity in the Use of Attitudinal Evaluation in Research Articles Written for Different Audiences. *Brno Studies in English*, 38(2), 79-96.
- Lafuente-Millán, E. (2014). Reader engagement across cultures, languages and contexts of publication in business research articles. *International Journal of Applied Linguistics*, 24(2), 201-223.
- Lapesa, R. (1981). *Historia de la lengua española*. Madrid: Gredos.
- Lauria, D. y López, M. (2009). Instrumentos lingüísticos académicos y norma estándar del español: la nueva política lingüística panhispánica. *Lexis*, XXXIII(1), 49–89.
- Levinson, S. (1983). *Pragmatics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Li, T., y Wharton, S. (2012). Metadiscourse repertoire of L1 Mandarin undergraduates writing in English A cross-contextual. *Journal of English for Academic Purposes*, 11, 345-356.
- Loureda, Ó. (2000). Sobre un tipo de marcadores discursivos de enumeración en el español actual. *Rilce*, 16(2), 325-342
- Madianou, M., y Miller, D. (2013). Polymedia: Towards a new theory of digital media in interpersonal communication. *International Journal of Cultural Studies*, 16(2), 169–187.
- Maldonado, R. (2013). Niveles de subjetividad en la deixis. El caso de aquí y acá. *Anuario de Letras*, 1(2), 283-326.
- Mancera, A. (2009). Manifestaciones de descortesía y violencia verbal en los foros de opinión digitales de los diarios españoles. *Discurso & Sociedad*, 3(3), 437-466.
- Mancera, A. (2011). *Cómo se “habla” en los cybermedios? El español coloquial en el periodismo digital*. Berna: Peter Lang.
- Mancera, A. (2014). Cortesía en 140 caracteres: Interacciones en Twitter entre periodistas y prosumidores. *Revista de Filología* (Universidad de La Laguna), 32, 163-180.
- Mancera, A., y Pano, A. (2013a). *El discurso político en Twitter*. Barcelona: Anthropos.
- Mancera, A., y Pano, A. (2013b). *El español coloquial en las redes sociales*. Madrid: Arco Libros.
- Marandi, S. (2003). Metadiscourse in Persian/English Master’s theses: A contrastive study. *Iranian Journal of Applied Linguistics (IJAL)*, 23–42.
- Martin, J. y White, P. (2005). *The language of evaluation: Appraisal in English*. Hampshire y Nueva York: Palgrave Macmillan.

- Martín Zorraquino, M. y Portolés, J. (1999). Los marcadores del discurso. En *Gramática Descriptiva de la lengua española*. (pp. 4051–4213). Madrid: Espasa Calpe.
- Mauranen, A. (1993). Cultural differences in academic discourse: Problems of a linguistic and cultural minority. *The Competent Intercultural Communicator*, 157–174.
- Mauranen, A. (2010). Discourse reflexivity—a discourse universal? The case of ELF. *Nordic Journal of English Studies*, 9(2), 13–40.
- Mayans i Planells, J. (2000). El lenguaje de los chats. Entre la diversión y la subversión. *IWorld*, 29. Recuperado desde <http://www.cibersociedad.net/archivo/articulo.php?art=27> (15-02-2016)
- McEnery, T. y Hardie, A. (2011). *Corpus Linguistics: Method, Theory and Practice*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Mohammad, A. y Rasekh, A. (2010). Metadiscourse: Definitions, Issues and Its Implications for English Teachers. *English Language Teaching*, 3(4), 159–167.
- Montecino, L. (2004). Estrategias de intensificación y de atenuación en la conversación coloquial de jóvenes chilenos. *Onomázein*, 10, 9–32.
- Montero-Fleta, B., Montesinos-López, A., Pérez-Sabater, C. y Turney, E. (2009). Computer mediated communication and informalization of discourse: The influence of culture and subject matter. *Journal of Pragmatics*, 41(4), 770–779.
- Moreno, A. y Suárez, L. (2008). A study of critical attitude across English and Spanish academic book reviews. *Journal of English for Academic Purposes*, 7(1), 15–26.
- Moreno Cabrera, J. C. (2014). *Los dominios del español. Guía del imperialismo lingüístico panhispánico*. Madrid: Euphonia.
- Moreno Fernández, F. (2000). *Qué español enseñar*. Madrid: Arco/Libros.
- Moya, P. (2014). Análisis de dos estrategias metadiscursivas en los comentarios de noticias en un periódico digital: automenciones y marcadores de compromiso. *XXXII Congreso de la Asociación Española de Lingüística Aplicada*. Sevilla: Asociación Española de Lingüística Aplicada - Aesla
- Moya, P. (2015a). La influencia de la Web 2.0 en la comunicación: una aproximación desde la Comunicación Mediada por Ordenador. *Lengcom*, 4(3).
- Moya, P. (2015b). Los comentarios de los usuarios en la prensa digital: una propuesta para su estudio desde el discurso mediado por ordenador y los estudios periodísticos. *Caracteres*, 4(1), 178–199.
- Mur-Dueñas, P. (2007). ‘I/we focus on...’: A cross-cultural analysis of self-mentions in business management research articles. *Journal of English for Academic Purposes*, 6(2), 143–162.
- Mur-Dueñas, P. (2008). Analysing engagement markers cross-culturally: The case of English and Spanish business management research articles. En S. Burgess y P. Martín, *English as an additional language in research publication and communication* (pp.197–214). Berna: PeterLang.
- Mur-Dueñas, P. (2009). Designing EAP materials based on intercultural corpus analyses: the case of logical markers in research articles. *Revista de Lingüística y Lenguas Aplicadas*, 4, 125–139.
- Mur-Dueñas, P. (2010). Attitude markers in business management research articles: a cross-cultural corpus-driven approach. *International Journal of Applied Linguistics*, 20(1), 50–72.
- Mur-Dueñas, P. (2011). An intercultural analysis of metadiscourse features in research articles written in English and in Spanish. *Journal of Pragmatics*, 43(12), 3068–3079.

- Mur-Dueñas, P. (2012). With regard to L2 academic writing: the use of topicalisers in L1 (English and Spanish) and L2 (English) research articles. *Brno studies in English* 38 (2), 117-130.
- Mur-Dueñas, P. y Šinkūnienė, J. (2016). Self-reference in research articles across Europe and Asia: a review of studies. *Brno Studies in English* 42, (1)
- Nip, J. (2010). Routinization of Charisma. En J. Rosenberry y B. St. John (Eds.), *Public Journalism 2.0: The Promise and Reality of a Citizen Engaged Press* (pp. 135–148). Nueva York: Routledge.
- O'Donnell, M. (2013). *UAM Corpus Tool (Version 3.1.12)*. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid.
- Oroz, R. (1966). *La lengua castellana en Chile*. Santiago de Chile: Facultad de Filosofía y Educación, Universidad de Chile.
- O'Sullivan, P. (2005). *Masspersonal communication: Rethinking the mass interpersonal divide*. Presented at the International Communication Association, Nueva York.
- Oyanedel, M. y Samaniego, J. (1998). Notas para un nuevo perfil lingüístico del español en Santiago de Chile. *Boletín de Filología de La Universidad de Chile*, XXXV, 899–913.
- Page, R., Barton, D., Unger, J. W. y Zappavigna, M. (2014). *Researching Language and Social Media: A Student Guide*. Londres: Routledge.
- Pano, A. (2008). *Dialogar en la Red: La Lengua Española en Chats, E-mails, Foros y Blogs*. Berna: Peter Lang.
- Pano, A. (2009). Diálogo y lengua española en contextos de comunicación mediada por ordenador. *Occasional Papers*, Bologna: AmsActa, 4 - 24.
- Pano, A. y Mancera, A. (2014). Identidades falsas en Twitter: la ironía y el humor verbal como mecanismos paródicos. *Discurso y Sociedad*, 8(3), 507-536.
- Pérez-Llantada, C. (2010). The discourse functions of metadiscourse in published academic writing: issues of culture and language. *Nordic Journal of English Studies*, 9(2), 41–68.
- Pérez-Sabater, C., Peña-Martínez, G., Turney, E. y Montero-Fleta, B. (2008). A Spoken Genre Gets Written Online Football Commentaries in English, French, and Spanish. *Written Communication*, 25(2), 235–261.
- Portillo Fernández, J. (2011). Inferencia y atenuación en la teoría de la información. *Pragmalingüística*, 79-95.
- Portolés, J. (2001). *Marcadores del discurso*. Barcelona: Ariel.
- Puga, J. (1997). *La atenuación en el castellano de Chile*. Valencia: Universitat de València.
- Pujol Dahme, A. y Selfa Sastre, M. (2015). The transition from university to publication: Register and interactional metadiscourse features in immunology research written in Catalan and English. *Ibérica* 30(1), 155-181.
- Ramírez, J. (2007). *Breve historia del español en América*. Madrid: Arco Libros.
- Ramalle, T. (2015). Una nueva reflexión en torno a los marcadores de reformulación con que. *Revista de Investigación Lingüística*, 17, 119-145.
- Real Academia Española de la Lengua. (2015). *Corpus del Español del Siglo XXI (CORPES)* [en línea]. Última visita: 07 de febrero de 2016.
- Recanati, F. (2006). Pragmatics and Semantic. En L. Horn y G. Ward (Eds.), *Handbook of Pragmatics* (pp. 442–462). United Kingdom: Blackwell.
- Reich, Z. (2011). User Comments. En J. B. Singer, A. Hermida, D. Domingo, A. Heinonen, S. Paulussen, T. Quandt, Z. Reich, R. Vujnovic (Eds.), *Participatory Journalism* (pp. 96–117). Wiley-Blackwell.
- Reyes, G. (1995). *El Abecé de la pragmática*. Madrid: Arco Libros.

- Reza, G. y Mansoori, S. (2011). A Contrastive Study on Metadiscourse Elements Used in Humanities vs. Non Humanities across Persian and English. *English Language Teaching*, 42–50.
- Riudrejo, E. (1981). "Uno" en construcciones genéricas. *Revista de Filología Española*, LXI, 66-83.
- Rivadeneira, M. y Clua, E. (2011). El voseo chileno: Una visión desde el análisis de la variación dialectal y funcional en medios de comunicación. *Hispania*, 94(4), 680-703.
- Roberts, C. (2006). Context in Dynamic Interpretation. En L. Horn y G. Ward (Eds.), *Handbook of Pragmatics* (pp. 197–220). United Kingdom: Blackwell.
- Rojas, D. (2012). Actitudes lingüísticas en Santiago de Chile: "agrado" y variedades geográficas del español. *Anuario de Lingüística Hispánica*, (28), 99-116.
- Ryfe, D. M. y Mensing, D. (2010). Citizen journalism in a historical frame. En J. Rosenberry y B. St John (Eds.), *Public Journalism 2.0: The Promise and Reality of a Citizen Engaged Press* (pp. 32–44). Nueva York: Routledge.
- Ryoo, M.-L. (2005). Metadiscourse in Computer-mediated Communication in a Culturally Diverse Group. *담화와 인지* (*Discurso y Cognición*), 12(1), 21–41.
- Salas Valdebenito, M. (2015). Una propuesta de taxonomía de marcadores metadiscursivos para el discurso académico-científico escrito en español. *Revista Signos*, 48(87), 95–120.
- Sándor, Á. (2007). Modeling metadiscourse conveying the author's rhetorical strategy in biomedical research abstracts. *Revue Française de Linguistique Appliquée*, 12(2), 97-108.
- Sanmartín, J. (2007). *El chat: la conversación tecnológica*. Madrid: Arco Libros.
- Sanmartín, J. (2009). La escritura dinámica de una comunidad virtual: el chat. Presentado en el Congreso de Pragmática del Español hablado, Universitat de València.
- Santini, M., Mehler, A. y Sharoff, S. (2011). Riding the Rough Waves of Genre on the Web. En A. Mehler, S. Sharoff y M. Santini (Eds.), *Genres on the Web* (pp. 3–30). Amsterdam: Springer Netherlands.
- Schandorf, M. (2012). Mediated gesture: Paralinguistic communication and phatic text. *Convergence: The International Journal of Research into New Technologies*, 19(3), 319-344.
- Scott, M. (2012). *WordSmith Tools* (Version 6.0). Liverpool: Lexical Analysis Software.
- Searle, J. (2001). *Actos de Habla: Ensayo de Filosofía Del Lenguaje*. Madrid: Cátedra.
- Sheldon, E. (2009). From one I to another: Discursive construction of self-representation in English and Castilian Spanish research articles. *English for Specific Purposes*, 28(4), 251-265.
- Shokouhi, H. y Talati Baghsiahi, A. (2009). Metadiscourse functions in English and Persian sociology articles: A study in contrastive rhetoric. *Poznań Studies in Contemporary Linguistics*, 45(4), 549–568.
- Silva Corvalán, C. (1984). Topicalización y Pragmática en español. *Revista Española de Lingüística*, 14(1), 1-19.
- Skulstad, A. S. (2005). The use of metadiscourse in introductory sections of a new genre. *International Journal of Applied Linguistics*, 15(1), 71–86.
- Skupien, J. (1997). From the Begriffsschrift to the philosophical investigations: Frege and Wittgenstein on the semantics of natural language. *Language & Communication*, 17(1), 1-17.



- Sperber, D. y Wilson, D. (1996). *Relevance: Communication and Cognition*. Oxford: Wiley.
- Suau-Jiménez, F. (2014). Dialogic voices of writers and readers in travellers' forums through interpersonal. En L. Gil-Samón y C. Soler-Monreal (Eds.), *Dialogicity in Written Specialised Genres* (pp. 137–164). Amsterdam: John Benjamins Publishing.
- Suau-Jiménez, F. y Dolón-Herrero, R. (2007). The Importance of Metadiscourse in the genre 'Promotion of Touristic Services and Products': Differences in English and Spanish. En D. Galová (ed), *Languages for Specific Purposes: Searching for common solutions* (71-79). Newcastle: Cambridge Scholars Publishing.
- Swales, J. y Burke, A. (2003). "It's really fascinating work": Differences in Evaluative Adjectives across Academic Registers. *Language and Computers*, 46(1), 1-18.
- Taboada, M. (2011). Stages in an online review genre. *Text & Talk-An Interdisciplinary Journal of Language, Discourse & Communication Studies*, 31(2), 247–269.
- TEI Consortium. (2007). TEI P5: Guidelines for Electronic Text Encoding and Interchange. (TEI Consortium, Ed.). Recuperado desde <http://www.tei-c.org/Guidelines/P5/>
- Thurlow, C. (2006). From statistical panic to moral panic: The metadiscursive construction and popular exaggeration of new media language in the print media. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(3), 667–701.
- Thurlow, C. y Mroczek, K. (2011). Introduction: Fresh Perspectives on New Media sociolinguistics. En *Digital discourse: Language in the new media* (pp. xix–xliv). Oxford: Oxford University Press.
- Tognini, E. (2010). Theoretical overview of the evolution of corpus linguistics. In A. O'Keefe y M. McCarthy (Eds.), *The Routledge handbook of corpus linguistics* (pp. 14–28). Nueva York: Routledge.
- Tosoni, S. (2013). The Four Phases of Internet Research: A Proposal for a Critical Periodization. *Editorial Staff*, 127–139.
- Toural Bran, C., Limia Fernández, M. y López García, X. (2013). Interactividad y participación en los cibermedios: una propuesta metodológica para la elaboración, registro y análisis de datos. En *Investigar la Comunicación hoy*. (pp. 187–204). Segovia.
- van Dijk, T. (1983). *La ciencia del texto*. Barcelona: Paidós.
- van Dijk, T. (1995). *Texto y Contexto*. Madrid: Cátedra
- Vásquez, I. y Giner, D. (2009). Writing with Conviction: The Use of Boosters in Modelling Persuasion in Academic Discourses. *Revista Alicantina de Estudios Ingleses*, 22, 219-237.
- Vassileva, I. (1998). Who am I/who are we in academic writing? *International Journal of Applied Linguistics*, 8(2), 163–185.
- Villanueva, L. M. V. (1991). *La Búsqueda del significado: lecturas de filosofía del lenguaje*. Madrid: Editum.
- Villena Araya, B. (2014). Creación neológica en mapudungún: entre el desplazamiento y la lealtad lingüística. *Terminàlia*, (10), 37–49.
- Walther, J., Carr, C., Choi, S, DeAndrea, C., Kim, J., Tong, S. y Van Der Heide, B. (2010). Interaction of interpersonal, peer, and media influence sources online. *A Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites*, 17, 17-38.
- Wang, L. (2012). A Comparative Study of the Metadiscourse Analysis in EFL Textbooks in Japan and China. *Journal of Textbook Research*, 5(2), 103–123.

- Wardhaugh, R. (2009). *An Introduction to Sociolinguistics*. Oxford: John Wiley & Sons.
- Wilson, D. y Sperber, D. (2004). La teoría de la relevancia. *Revista de investigación Lingüística*, 7, 233-283.
- Wittgenstein, L. (1999). *Investigaciones filosóficas*. Madrid: Altaya.
- Yus, F. (1997). *Cooperación y Relevancia: dos aproximaciones pragmáticas a la interpretación*. Alicante: Publicaciones de la Universidad de Alicante.
- Yus, F. (2005). Attitudes and emotions through written text: the case of textual deformation in Internet chat rooms. *Pragmalingüística*, 13, 147- 174.
- Yus, F. (2010). *Ciberpragmática 2.0: Nuevos Usos Del Lenguaje en Internet*. Barcelona: Editorial Ariel.
- Zegarac, V. (1998). What is " Phatic Communication"? En V. Rouchota, A. Jucker (Eds.), *Current Issues in Relevance Theory* (pp. 327-361). Amsterdam: John Benjamins.
- Zhao, S., Grasmuck, S. y Martin, J. (2008). Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. *Computers in human behavior*, 24(5), 1816-1836.
- Ziegele, M., Breiner, T. y Quiring, O. (2014). What creates interactivity in online news discussions? An exploratory analysis of discussion factors in user comments on news items. *Journal of Communication*, 64(6), 1111-1138.
- Zitzen, M. (2004). *Topic Shift Markers in asynchronous and synchronous Computer-mediated Communication (CMC)* (Máster). Philosophischen Fakultät der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf.

**ANEXOS**







Análisis comparativo de las estrategias metadiscursivas en los comentarios de noticias  
en la prensa digital española y chilena

Anexo 1: Casos de reformuladores

<b>Reformulaciones</b>	<b>El País Deportes</b>	<b>El País Política</b>	<b>Emol Deportes</b>	<b>Emol Política</b>
En fin	3,9	1,2	2,0	1,1
es decir	1,8	1,7	0,8	3,6
o sea	1,0	1,9	0,7	1,9
Uso de paréntesis	0,8	0,5	1,5	2,0
en concreto	0,4	0,0	0,0	0,0
En cualquier caso	0,4	0,1	0,0	0,0
eso sí	0,4	0,3	0,0	0,0
Por cierto	0,4	1,2	0,0	0,0
Concluyendo	0,3	0,0	0,0	0,1
de todas formas	0,3	0,0	0,0	0,0
De todos modos	0,3	0,0	0,0	0,0
En definitiva	0,3	0,1	0,0	0,3
En resumen	0,3	0,0	0,5	0,1
Eso si	0,3	0,1	0,0	0,0
al fin	0,1	0,0	0,0	0,0
Al fin y al cabo	0,1	0,1	0,0	0,0
Al final	0,1	0,1	0,0	0,3
De cualquier forma	0,1	0,0	0,0	0,0
en definitiva	0,1	0,0	0,0	0,0
En el fondo	0,1	0,0	0,1	0,0
en general	0,1	0,0	0,0	0,0
en realidad	0,1	0,3	0,3	0,3
en suma	0,1	0,0	0,0	0,0
en todo caso	0,1	0,0	0,0	0,0
mas bien	0,1	0,0	0,3	0,0
ósea	0,1	0,0	0,0	0,0
Resumen	0,1	0,0	0,1	0,0
Resumiendo	0,1	0,1	0,0	0,0
Vamos a ver	0,1	0,1	0,0	0,0
osea	0,1	0,1	1,4	1,2
total	0,0	0,4	0,3	0,0
esto es	0,0	0,5	0,0	0,0
mejor dicho	0,0	0,1	0,0	0,0
NOTA	0,0	0,1	0,0	0,0
concretamente	0,0	0,3	0,0	0,0
a fin de cuentas	0,0	0,0	0,1	0,0
Conclusion	0,0	0,0	0,1	0,1
en general	0,0	0,0	0,4	0,0
En otras palabras	0,1	0,0	0,3	0,2
En resumidas cuentas	0,0	0,0	0,1	0,0

enfin	0,0	0,0	0,1	0,0
hablando	0,0	0,0	0,1	0,0
mejor dicho	0,0	0,0	0,1	0,0
vale decir	0,0	0,0	0,1	0,0
Ose a	0,0	0,0	0,0	0,1
En pocas palabras	0,0	0,0	0,0	0,1
Es como decir	0,0	0,0	0,0	0,1
básicamente	0,0	0,0	0,0	0,1
i.e	0,1	0,0	0,0	0,1



Análisis comparativo de las estrategias metadiscursivas en los comentarios de noticias  
en la prensa digital española y chilena

---

Anexo 2: Casos de marcadores exofóricos

Marcadores exofóricos	El País Deportes	El País Política	Emol Deportes	Emol Política
aquí	3,2	1,1	1,4	0,4
este artículo	1,1	0,1	0,0	0,1
artículo	0,7	0,0	0,0	0,0
este periódico	0,7	0,0	0,0	0,0
foro	0,6	0,0	0,0	0,1
cronica	0,4	0,0	0,0	0,0
el comentario	0,4	0,0	0,0	0,0
Este diario	0,4	0,1	0,0	0,0
crónica	0,3	0,0	0,0	0,0
El artículo	0,3	0,5	0,0	0,0
en este foro	0,3	0,0	0,0	0,0
esta sección	0,3	0,0	0,0	0,0
noticia	0,3	0,0	0,0	0,0
Ahí	0,1	0,0	0,0	0,0
aquí arriba	0,1	0,0	0,0	0,0
arriba	0,1	0,0	0,0	0,0
diario	0,1	0,0	0,0	0,0
esa crónica	0,1	0,0	0,0	0,0
esta	0,1	0,0	0,0	0,0
Esta artículo	0,1	0,0	0,0	0,0
esta crónica	0,1	0,0	0,0	0,0
esta seccion	0,1	0,0	0,0	0,0
esta última crónica	0,1	0,0	0,0	0,0
estas mismas páginas	0,1	0,0	0,0	0,0
este	0,1	0,0	0,0	0,0
este lastre de periódico	0,1	0,0	0,0	0,0
este tema	0,1	0,1	0,0	0,0
La crónica	0,1	0,0	0,0	0,0
la noticia	0,1	0,0	0,0	0,0
medios como este	0,1	0,0	0,0	0,0
portada	0,1	0,0	0,0	0,0
texto	0,1	0,0	0,0	0,0
en el foro	0,0	0,1	0,0	0,0
esta noticia	0,0	0,1	0,0	0,0
este foro	0,0	0,4	0,0	0,0
estos foros	0,0	0,3	0,0	0,0
link	0,0	0,1	0,0	0,0
acá	0,0	0,0	0,4	0,8
EN ESTE BLOG	0,0	0,0	0,1	0,0
esta columna	0,0	0,0	0,3	0,0

esto	0,0	0,0	0,1	0,0
quien posteo antes	0,0	0,0	0,1	0,0
1er comentario	0,0	0,0	0,1	0,0
más abajo	0,0	0,0	0,0	0,1
más arriba	0,0	0,0	0,0	0,1
por ahí	0,0	0,0	0,0	0,1
anteriormente	0,0	0,0	0,0	0,1
antes	0,0	0,0	0,0	0,1
arriba	0,0	0,0	0,0	0,1
en este muro	0,0	0,0	0,0	0,1
este debate	0,0	0,0	0,0	0,1
este espacio	0,0	0,0	0,0	0,1
estos comentarios	0,0	0,0	0,0	0,1

Análisis comparativo de las estrategias metadiscursivas en los comentarios de noticias  
en la prensa digital española y chilena

Anexo 3: Casos de marcadores fálicos

Marcadores fálicos	El País Deportes	El País Política	Emol Deportes	Emol Política
pues	4,8	5,9	0,5	0,1
Bueno	3,5	3,8	1,9	2,4
es que	2,1	3,0	0,0	0,0
Y	2,1	1,1	0,0	0,1
Mira	1,5	0,9	0,1	0,1
Pero	1,5	1,3	0,0	0,1
a ver	1,3	0,3	0,7	0,1
hombre	1,1	1,1	0,0	0,1
Ah	1,0	0,4	0,7	0,0
claro	1,0	0,3	0,0	0,4
vamos	0,8	0,8	0,0	0,0
Vaya	0,8	0,5	0,0	0,0
bien	0,6	0,1	0,0	0,0
Huy	0,4	0,0	0,0	0,0
mmm	0,4	0,3	0,3	0,1
oye	0,4	0,0	0,1	0,1
vale	0,4	0,3	0,0	0,0
Venga	0,4	0,4	0,0	0,0
Y es que	0,4	0,0	0,0	0,0
buff	0,3	0,3	0,0	0,0
Joder	0,3	0,1	0,0	0,0
pero bueno	0,3	0,0	0,0	0,1
Pero es que	0,3	0,0	0,0	0,0
Pues bien	0,3	0,3	0,0	0,0
A	0,1	0,0	0,0	0,0
ahhhh	0,1	0,0	0,4	0,3
anda	0,1	0,3	0,0	0,0
ay	0,1	0,0	0,0	0,0
caray	0,1	0,0	0,0	0,0
Coño	0,1	0,1	0,0	0,0
ejem.	0,1	0,1	0,0	0,0
Hmmm	0,1	0,0	0,1	0,0
joolines	0,1	0,0	0,0	0,0
madre mía	0,1	0,0	0,0	0,0
mire	0,1	0,4	0,3	0,0
no	0,1	0,0	0,0	0,0
no sé	0,1	0,0	0,0	0,0
ojo	0,1	0,0	0,0	0,0
Ostras	0,1	0,0	0,0	0,0
Pues eso	0,1	0,3	0,0	0,0

pues igual	0,1	0,1	0,0	0,0
pues nada	0,1	0,1	0,0	0,0
puff	0,1	0,0	0,0	0,1
se anda	0,1	0,0	0,0	0,0
tío	0,1	0,0	0,0	0,0
uhnn	0,1	0,0	0,0	0,0
Vamos que	0,1	0,0	0,0	0,0
Venga ya	0,1	0,0	0,0	0,0
ohhhh	0,0	0,0	0,1	0,0
¡Haaa!	0,0	0,0	0,1	0,0
aaaaa	0,0	0,0	0,0	0,1
aah	0,0	0,1	0,0	0,0
ah!	0,0	0,1	0,0	0,0
ahh	0,0	0,1	0,0	0,0
Ahm	0,0	0,1	0,0	0,0
buahhhhhh	0,0	0,1	0,0	0,0
Chuta	0,0	0,0	0,1	0,0
compadre	0,0	0,0	0,0	0,1
Cuak	0,0	0,0	0,0	0,1
digamos	0,0	0,1	0,0	0,0
efff	0,0	0,0	0,1	0,0
eh	0,0	0,5	0,1	0,0
Ehhh	0,0	0,0	0,0	0,1
ehmm	0,0	0,0	0,0	0,1
entonces	0,0	0,0	0,3	0,0
fijate	0,0	0,0	0,1	0,0
Fijese	0,0	0,0	0,1	0,0
hala	0,0	0,1	0,0	0,0
Jodó	0,0	0,1	0,0	0,0
Mirad	0,0	0,1	0,0	0,0
oie	0,0	0,0	0,1	0,0
Oiga	0,0	0,3	0,0	0,1
ojo	0,0	0,4	0,0	0,0
oohh	0,0	0,0	0,1	0,1
Pero es que	0,0	0,1	0,0	0,0
pfff	0,0	0,0	0,1	0,1
pfff!	0,0	0,0	0,1	0,0
po oye	0,0	0,0	0,1	0,0
Pucha	0,0	0,0	0,3	0,4
Puchas	0,0	0,0	0,1	0,1
Putas	0,0	0,0	0,1	0,1
sabes	0,0	0,0	0,1	0,1
ufffff	0,0	0,1	0,0	0,1

Análisis comparativo de las estrategias metadiscursivas en los comentarios de noticias  
en la prensa digital española y chilena

Uy	0,0	0,1	0,0	0,0
Venga	0,0	0,4	0,0	0,0
Venga hombre	0,0	0,1	0,0	0,0
Ya	0,0	0,3	0,1	0,1
Oigan	0,0	0,0	0,0	0,1
vaaaaaa	0,0	0,0	0,0	0,1
po	0,0	0,0	0,0	0,3

Anexo 4: Casos de atenuadores sub-corpus El País Deportes

<b>Realización</b>	<b>Frec.</b>	probablemente	<b>1,3</b>
<b>Impersonalización (uno, una)</b>	<b>2,1</b>	<b>adverbio epistémico</b>	<b>8,8</b>
<b>Segunda persona con carácter impersonal</b>	<b>1,7</b>	apenas	0,1
<b>Adverbio minimizador de posibilidades</b>	<b>0,1</b>	aproximadamente	0,1
Personalmente	0,1	casi	4,3
<b>locución adverbial minimizadora de posibilidades</b>	<b>0,6</b>	como	0,1
a mi modo de ver	0,1	Personalmente	0,1
En mi opinión	0,3	prácticamente	0,6
en ocasiones	0,1	Quizá	1,4
<b>locución conjuntiva minimizadora de posibilidades</b>	<b>0,1</b>	Quizás	1,7
al parecer	0,1	supuestamente	0,3
<b>diminutivo</b>	<b>0,8</b>	<b>locución adverbial con valor epistémico débil</b>	<b>0,1</b>
<b>eufemismo</b>	<b>0,7</b>	En mi opinión	0,1
no caiga bien	0,1	<b>locución adverbial epistémica</b>	<b>2,5</b>
no calienta bien	0,1	a lo mejor	0,4
no estuvieron bien	0,1	a veces	0,6
no lo hace bien	0,1	al menos	0,3
no se llevan bien	0,1	De vez en cuando	0,1
<b>proforma léxica</b>	<b>0,4</b>	más o menos	0,4
algo	0,4	tal vez	0,7
<b>cuantificador</b>	<b>0,8</b>	<b>perífrasis verbal con carácter epistémico</b>	<b>1,0</b>
Algo así como	0,1	Parecer ser	0,1
algo de	0,7	Poder ser	0,7
<b>locución adjetiva epistémica</b>	<b>0,3</b>	tener la impresión	0,1
un poco	0,1	<b>tiempo condicional</b>	<b>13,9</b>
un tanto	0,1	<b>verbo epistémico</b>	<b>11,6</b>
<b>adjetivo de posibilidad</b>	<b>0,1</b>	Crear	9,0
posible	<b>0,1</b>	Dudar	0,1
<b>adjetivo epistémico</b>	0,3	Imaginar	0,1
supuesta	0,1	Figurarse	0,1
supuesto	0,1	Imaginarsé	0,1
<b>adverbio de posibilidad</b>	<b>0,1</b>	Parecer	0,3
posiblemente	0,1	Pensar	0,6
<b>adverbio de probabilidad</b>	<b>1,3</b>	Poder	0,1
		suponer	1,1

Análisis comparativo de las estrategias metadiscursivas en los comentarios de noticias  
en la prensa digital española y chilena

Anexo 5: Casos de atenuadores sub-corpus El País - Política

Realización	Frec.
<b>Impersonalización (uno, una)</b>	<b>1,3</b>
<b>Segunda persona con carácter impersonal</b>	<b>2,6</b>
<b>Adverbio minimizador de posibilidades</b>	<b>0,3</b>
personalmente	0,3
<b>Locución adverbial minimizadora de posibilidades</b>	<b>0,7</b>
como ciudadano	0,1
de momento	0,1
En mi opinión	0,3
en parte	0,1
<b>Diminutivo</b>	<b>0,8</b>
<b>Eufemismo</b>	<b>0,3</b>
no es bueno para nadie	0,1
no me cae precisamente bien	0,1
<b>Proforma léxica</b>	<b>0,1</b>
algunos	0,1
<b>cuantificador</b>	<b>0,7</b>
algo así como	0,3
algo de	0,4
<b>adjetivo de posibilidad</b>	<b>0,1</b>
posible	0,1
<b>adjetivo de probabilidad</b>	<b>0,3</b>
probable	0,3
<b>adjetivo epistémico</b>	<b>0,1</b>
PELÍN	0,1
<b>adverbio de posibilidad</b>	<b>0,1</b>

posiblemente	0,1
<b>adverbio de probabilidad</b>	<b>0,4</b>
Probablemente	0,4
<b>adverbio epistémico</b>	<b>5,2</b>
apenas	0,3
casi	1,7
como	0,1
cuasí	0,1
Quizá	1,1
quizás	1,9
<b>locución adverbial epistémica</b>	<b>2,2</b>
A lo mejor	0,5
a mi parecer	0,1
mas o menos	0,1
puede que	0,8
tal vez	0,5
<b>perífrasis verbal epistémica</b>	<b>0,1</b>
Tener la impresión	0,1
<b>tiempo condicional</b>	<b>12,9</b>
<b>verbo epistémico</b>	<b>10,5</b>
Crear	7,8
Dudar	0,3
Encontrar	0,1
Imaginar	0,1
Suponer	0,4
Sospechar	0,1
Sugerir	0,1
<b>verbo poder</b>	<b>0,3</b>

Anexo 6: Casos de atenuadores sub-corpus Emol Deportes

<b>Realización</b>	<b>Frec.</b>
<b>Impersonalización (uno, una)</b>	<b>0,5</b>
<b>Segunda persona con carácter impersonal</b>	<b>2,6</b>
<b>Adverbio minimizador de posibilidades</b>	<b>0,4</b>
Personalmente	0,4
<b>Locución adverbial minimizadora de posibilidades</b>	<b>1,5</b>
a mi entender	0,3
a mi parecer	0,4
al parecer	0,3
En lo personal	0,1
en mi opinion	0,1
en MI OPINIÓN	0,1
Segun mi pensamiento	0,1
<b>Locución conjuntiva con un valor epistémico débil</b>	<b>0,3</b>
al parecer	0,3
<b>Diminutivo</b>	<b>2,2</b>
<b>eufemismo</b>	<b>1,5</b>
nada me cae bien	0,1
no esta bien	0,1
no esta jugando bien	0,1
no está teniendo buenos	0,1
no están funcionando bien	0,1
no hizo mucho	0,1
no la estan pasando bien	0,1
no le hacia bien	0,1
no lo ha hecho bien	0,1
No sería una decisión muy sabia	0,1
no tocaron bien	0,1
<b>proforma léxica</b>	<b>0,3</b>
algo	0,3
<b>adjetivo de posibilidad</b>	<b>0,4</b>

<b>adjetivo de probabilidad</b>	<b>0,1</b>
probable	0,1
<b>adverbio de probabilidad</b>	<b>0,1</b>
probablemente	0,1
<b>adverbio epistémico</b>	<b>6,4</b>
acaso	0,1
apenas	0,1
capaz	0,3
casi	2,6
casi casi	0,1
kisas	0,1
Personalmente	0,1
practicamente	0,1
prácticamente	0,1
quisas	0,1
quizá	0,3
quizas	1,0
quizás	1,0
Tal vez	0,3
<b>locución adverbial epistémica</b>	<b>2,0</b>
a lo mejor	0,5
al menos	0,3
aveces	0,3
po lo menos	0,1
por ultimo	0,1
Tal vez	0,7
<b>tiempo condicional</b>	<b>7,8</b>
<b>verbo epistémico</b>	<b>13,8</b>
creer	12,1
encontrar	0,1
estimar	0,1
imaginarse	0,1
parecer	0,4
pensar	0,5
suponer	0,3



Análisis comparativo de las estrategias metadiscursivas en los comentarios de noticias  
en la prensa digital española y chilena

Anexo 7: Casos de atenuadores sub-corpus Emol Política

<b>Realización</b>	<b>Frec.</b>
<b>Impersonalización (uno, una)</b>	<b>1,3</b>
<b>Segunda persona con carácter impersonal</b>	<b>2,7</b>
<b>Locución adverbial minimizadora de posibilidades</b>	<b>1,6</b>
a mi parecer	0,1
al menos	0,1
al parecer	1,1
en lo personal	0,3
<b>Diminutivo</b>	<b>1,1</b>
<b>Elemento morfológico</b>	<b>0,1</b>
semi	0,1
<b>Eufemismo</b>	<b>0,8</b>
No es bueno	0,1
no es bueno para nadie	0,1
no esta bien	0,1
no están bien enfocados	0,1
no lo hace bien	0,1
no los educaron bien	0,1
<b>Cuantificador</b>	<b>0,7</b>
algo así como	0,1
algo de	0,5
<b>Proforma léxica</b>	<b>0,1</b>
algo	0,1
<b>Adjetivo de probabilidad</b>	<b>0,3</b>
probable	0,3
<b>Adjetivo epistémico</b>	<b>0,3</b>
supuesto	0,3

<b>Adverbio de probabilidad</b>	<b>0,3</b>
probablemente	0,3
<b>Adverbio epistémico</b>	<b>5,3</b>
Aparentemente	0,1
aproximadamente	0,1
casi	1,3
como	0,3
es como	0,1
eventualmente	0,1
practicamente	0,1
prácticamente	0,1
quizá	0,5
Quizas	1,3
quizás	1,1
<b>Locución adverbial epistémica</b>	<b>1,7</b>
a lo mejor	0,3
a veces	0,1
al menos	0,3
aveces	0,1
tal vez	0,7
Talves	0,1
un poco	0,1
<b>Tiempo condicional</b>	<b>4,8</b>
<b>Verbo epistémico</b>	<b>6,3</b>
creer	5,5
imaginarse	0,5
parecer	0,1
pensar	0,1

Anexo 8: Casos de intensificadores sub-corpus El País Deportes

Realizaciones	Frec.
<b>adjetivo semánticamente marcado como más intenso</b>	<b>1,3</b>
fijo	0,1
ninguna	0,1
vaya	1,1
<b>adverbio semánticamente marcado como más intenso</b>	<b>36,8</b>
absolutamente	0,7
apenas	0,1
aun	0,1
ciertamente	0,1
claramente	1,0
claro	2,8
Completamente	0,1
completamente	0,1
continuamente	0,3
Efectivamente	1,1
encima	0,1
Evidentemente	0,7
exactamente	0,3
exclusivamente	0,1
Finalmente	0,1
independientemente	0,1
infinitamente	0,1
jamás	0,8
jamás	1,7
Lógicamente	0,1
manifiestamente	0,1
nunca	5,0
obvia	0,3
obviamente	0,4
obvias	0,1
obvio	0,3
perfectamente	0,4
plenamente	0,1
precisamente	0,8
presisamente	0,1
principalmente	0,1
realmente	1,1
Seguramente	1,3
seguro	2,2
sencillamente	0,1
siempre	8,8
simplemente	2,7
sistemáticamente	0,1
sóla	0,1
solo	0,1
sumamente	0,1
terriblemente	0,1
totalmente	0,4
tremendamente	0,3
únicamente	0,1
<b>verbo semánticamente marcado como más intenso</b>	<b>7,8</b>
afirmar	0,1

conocer	0,3
deber	3,0
insistir	0,6
repetir	1,4
saber	1,9
sostener	0,1
<b>sustantivo semánticamente marcado como más intenso</b>	<b>0,4</b>
nada	0,2
Nadie	0,1
ojo	0,1
<b>locución adverbial con valor intensificador</b>	<b>14,3</b>
a la postre	0,1
a todas luces	0,1
aún mas	0,1
con diferencia	0,1
de hecho	0,8
de lejos	0,1
desde luego	1,1
en absoluto	0,1
en realidad	0,8
en verdad	0,3
más que	0,1
obre todo	0,1
Por cierto	3,5
por completo	0,1
por fin	0,6
por seguro	0,3
por supuesto	1,8
punto por punto	0,1
sin duda	0,8
sin duda alguna	0,1
sin dudas	0,3
Sin ir más lejos	0,1
sobre todo	1,8
única y exclusivamente	0,3
Y más	0,1
y punto	0,1
<b>locución verbal con valor intensificador</b>	<b>1,8</b>
Es claro	0,1
es evidente	0,3
esta claro	0,1
está claro	0,6
no hay duda	0,1
no tengo dudas	0,1
que duda cabe	0,1
queda claro	0,1
<b>uso enfático de la conjunción pero</b>	<b>0,4</b>
<b>cuantificador</b>	<b>27,5</b>
1	0,1
bastante	1,5
bien	0,8
demasiado	0,7
mucha	1,7

Análisis comparativo de las estrategias metadiscursivas en los comentarios de noticias  
en la prensa digital española y chilena

---

muchas	1,0
mucho	5,5
muchos	1,3
muy	14,6
un montón	0,1
<b>Realce de los participantes de la enunciación</b>	<b>13,7</b>
<b>repetición de signos</b>	<b>3,6</b>

<b>Pleonasmo</b>	<b>4,3</b>
mismo	4,5
propias	0,3
<b>repetición léxica</b>	<b>4,6</b>
<b>Sufijo de intensificación</b>	<b>0,1</b>
<b>superlativo</b>	<b>2,5</b>
<b>alargamiento vocálico</b>	<b>0,6</b>
<b>Uso de mayúsculas</b>	<b>16,4</b>

Anexo 9: Casos de intensificadores sub-corpus El País Política

Realizaciones	Frec.
<b>adjetivo semánticamente marcado como más intenso</b>	<b>3,2</b>
absoluta	0,3
ALGUNOS	0,1
buen	0,1
nigún	0,1
Ningún	0,5
ninguna	0,1
puro	0,4
tan	0,7
total	0,1
vaya	0,3
verdad	0,1
<b>sustantivo semánticamente marcado como más intenso</b>	<b>1,9</b>
nada	0,3
nadie	1,6
<b>locución adverbial con valor intensificador</b>	<b>10,4</b>
De hecho	0,7
de hexo	0,1
de ninguna manera	0,1
De verdad	0,7
Del todo	0,1
desde luego	0,5
desde siempre	0,1
en absoluto	0,4
en cualquier caso	0,1
en ningún modo	0,1
Es más	0,7
Es que	0,1
por cierto	2,2
por fin	0,1
por supuesto	1,3
propiamente dicha	0,1
sin duda	0,5
sobre todo	1,3
sobretudo	0,3
total y completamente	0,1
única y exclusivamente	0,1
Y es que	0,1
y punto	0,1
<b>locución sustantiva semánticamente marcada como más intensa</b>	<b>0,1</b>
persona física	0,1
<b>locución verbal con valor intensificador</b>	<b>2,8</b>
claro está	0,1
es claro	0,1
es evidente	0,5
esta clara	0,1
Esta claro	0,3
Está claro	0,8
Estoy convencido	0,1

no me cabe duda	0,1
no me cabe duda alguna	0,1
queda claro	0,1
tengo claro	0,1
tiene muy claro	0,1
<b>uso enfático de la conjunción pero</b>	<b>0,1</b>
<b>verbo semánticamente marcado como más intenso</b>	<b>6,7</b>
asegurar	0,8
conocer	0,1
deber	2,7
exigir	0,3
Insistir	0,1
jurar	0,1
mantener	0,1
ratificar	0,1
repetir	0,9
saber	0,8
tener que	0,5
<b>adverbio semánticamente marcado como más intenso</b>	<b>30,1</b>
absolutamente	0,9
ciertamente	0,1
claramente	1,1
claro	2,8
completamente	0,8
definitivamente	0,1
Efectivamente	0,3
encima	0,4
Evidentemente	0,7
exactamente	0,3
expresamente	0,1
incluso	0,1
Indudablemente	0,1
infinitamente	0,1
jamás	0,3
jamás	0,9
justamente	0,1
muy	0,1
naturalmente	0,4
nunca	5,4
obviamente	0,1
obvio	0,1
perfectamente	0,5
personalmente	0,3
personalmete	0,1
precisamente	0,9
PURAMENTE	0,1
realmente	1,3
siempre	0,1
seguramente	1,3
seguro	1,2
siempre	5,2
simplemente	0,1
simplemente	1,2

Análisis comparativo de las estrategias metadiscursivas en los comentarios de noticias  
en la prensa digital española y chilena

solamente	0,1
solo	0,1
sólo	0,1
Totalmente	0,8
totalmnete	0,1
únicamente	0,3
verdaderamente	0,3
<b>cuantificador</b>	<b>23,1</b>
bastante	1,5
bastantes	0,1
bien	0,8
demasiado	0,8
doquier	0,1
HARTO	0,3
mucho	9,4
multitud	0,1

muy	10,0
<b>elemento compositivo intensificador</b>	<b>0,1</b>
hiper	0,1
<b>superlativo</b>	<b>3,8</b>
<b>Realce de los participantes de la enunciación</b>	<b>14,0</b>
<b>repetición de signos</b>	<b>4,8</b>
<b>pleonasma</b>	<b>3,4</b>
humana	0,1
mismo	4,6
propio	0,3
<b>repetición léxica</b>	<b>9,0</b>
<b>uso de mayúsculas</b>	<b>27,6</b>
<b>alargamiento vocálico</b>	<b>0,4</b>

Anexo 10: Casos de intensificadores sub-corpus Emol Deportes

Realizaciones	Frec.
<b>adjetivo semánticamente marcado como más intenso</b>	<b>2,9</b>
absoluto	0,1
demasiada	0,1
demasiado	0,7
imposible	0,1
más	0,3
máxima	0,1
media	0,1
ninguna	0,1
propios	0,1
pura	0,1
puro	0,1
total	0,4
verdaderas	0,1
<b>adverbio semánticamente marcado como más intenso</b>	<b>23,9</b>
absolutamente	0,3
bastante	0,3
clara mente	0,1
claramente	2,2
CLARO	1,0
completamente	0,1
completamente	0,3
definitivamente	0,3
exactamente	0,3
exclusivamente	0,1
francamente	0,1
inclusive	0,1
incluso	0,4
indiscutidamente	0,1
infinitamente	0,1
jamás	0,7
jamás	0,4
Justamente	0,1
LEJOS	0,3
nomas	0,1
nunca	4,6
obviamente	0,7
obvio	0,6
perfectamente	0,3
permanentemente	0,1
plenamente	0,3
precisamente	0,4
principalmente	0,1
puro	0,4
realmente	1,1
rotundamente	0,3
seguramente	0,7
SEGURO	0,5
siempre	2,3
simplemente	1,5
solamente	0,3
solo	0,1
sólo	0,1

sumamente	0,1
totalmente	1,4
tremendamente	0,3
verdaderamente	0,1
<b>locución adverbial con valor intensificador</b>	<b>5,9</b>
De hecho	0,7
de sobremanera	0,1
en definitiva	0,1
es mas	0,1
mas encima	1,2
más encima	0,3
màs encima	0,3
mas que	0,1
no mas	0,1
por fin	0,4
por lejos	0,3
POR SUPUESTO	0,3
por supuesto	0,1
sin duda	0,4
sobre todo	0,1
x cierto	0,1
y punto	1,0
<b>locución verbal con valor intensificador</b>	<b>1,5</b>
Es claro	0,1
esta claro	0,5
esta muy claro	0,1
estoy mas seguro	0,1
Estoy seguro	0,4
Quedara claro	0,1
<b>Uso enfático de la conjunción pero</b>	<b>0,8</b>
<b>Verbo semánticamente marcado como más intenso</b>	<b>1,1</b>
Asegurar	0,1
Deber	0,1
Insistir	0,5
Repetir	0,3

Análisis comparativo de las estrategias metadiscursivas en los comentarios de noticias en la prensa digital española y chilena

<b>Sustantivo semánticamente marcado como más intenso</b>	<b>0,3</b>
montón	0,1
Nadie	0,1
<b>Cuantificador</b>	<b>22,5</b>
1	0,1
bastante	0,5
bastantes	0,1
BIEN	0,1
caleta	0,1
enfermo de	0,1
entero	0,3
harta	0,1
harto	0,5
hediondo de	0,2
innumerables	0,1
mil veces	0,3
mucho	6,4
muy	13,2

<b>prefijo de intensificación</b>	<b>0,1</b>
recontra	0,1
<b>Realce de los participantes de la enunciación</b>	<b>7,1</b>
<b>Repetición de signos</b>	<b>11,6</b>
<b>Pleonasmo</b>	<b>0,9</b>
Mismo	0,8
Propio	0,1
<b>Repetición léxica</b>	<b>1,6</b>
<b>elemento compositivo intensificador</b>	<b>0,8</b>
hiper	0,1
super	0,1
súper	0,3
ultra	0,3
<b>Sufijo de intensificación</b>	<b>0,1</b>
partidazo	0,1
<b>Superlativo</b>	<b>2,3</b>
<b>Uso de mayúsculas</b>	<b>37,8</b>
<b>Alargamiento vocálico</b>	<b>3,0</b>

Anexo 11: Casos de intensificadores sub-corpus Emol Política

<b>adjetivo semánticamente marcado como más intenso</b>	<b>1,5</b>
absoluta	0,1
completo	0,1
ningun	0,1
pura	0,4
unica	0,6
<b>adverbio semánticamente marcado como más intenso</b>	<b>20,5</b>
absolutamente	0,9
absolutamente todo	0,1
Bastante	0,1
claramente	1,2
Claro	0,5
completamente	0,4
definitivamente	0,3
efectivamente	0,8
encima	0,1
evidentemente	0,1
exclusivamente	0,1
firmemente	0,1
Incluso	0,1
jamás	0,4
jamás	1,5
justamente	0,3
Literalmente	0,1
mucho	0,1
netamente	0,1
notablemente	0,3
nuca	0,1
nunca	2,1
obviamente	0,4
obvio	0,5
PERFECTAMENTE	0,1
precisamente	0,4
realmente	0,7
realmete	0,1
seguramente	0,3
seguro	0,9
sencillamente	0,1
siempre	2,3
SIMPLEMENTE	2,4
sumamente	0,4
totalmente	1,6
verdaderamente	0,1
<b>sustantivo semánticamente marcado como más intenso</b>	<b>0,3</b>
nada	0,1
punto	0,1
<b>Uso enfático de la conjunción pero verbo semánticamente marcado como más intenso</b>	<b>1,1</b>
deber	0,2
Insistir	0,7
repetir	0,1
<b>locución adverbial con valor</b>	<b>6,9</b>

<b>intensificador</b>	
De hecho	0,8
de ninguna manera	0,1
De seguro	0,4
de verdad	0,1
en efecto	0,1
en realidad	0,5
es mas	0,5
Es más	0,5
lisa y llanamente	0,3
mas encima	0,7
más encima	0,1
por cierto	0,3
Por fin	0,3
Por su puesto	0,1
por supuesto	0,9
simple y llanamente	0,1
sin duda	0,4
sin excepción	0,1
Sin lugar a dudas	0,1
sobre todo	0,1
sobretudo	0,1
y punto	0,3
<b>locución sustantiva con valor intensificador</b>	<b>0,1</b>
única y exclusivamente	<b>0,1</b>
<b>locución verbal con valor intensificador</b>	<b>2,7</b>
claro esta	0,1
es clara	0,1
es claro	0,1
es evidente	0,1
esta claro	0,4
Está claro	0,1
estamos claros	0,1
estamos seguros	0,1
estoy segura	0,1
estoy seguro	0,5
No cabe duda	0,1
no me cabe duda	0,3
<b>frase hecha con valor intensificador</b>	<b>0,1</b>
más claro hecharle agua	0,1
<b>Cuantificador</b>	<b>19,4</b>
Bastante	1,3
bien	0,9
demasiado	0,1
entero	0,1
harto	0,5
mucha	1,6
muchas	0,8
mucho	2,5
muchos	1,2
muy	10,2
<b>Realce de los participantes de la enunciación</b>	<b>9,2</b>
<b>Pleonasmo</b>	<b>0,9</b>



Análisis comparativo de las estrategias metadiscursivas en los comentarios de noticias  
en la prensa digital española y chilena

---

mismo	0,9
Propio	0,1
<b>Repetición de signos</b>	<b>9,4</b>
<b>repetición léxica</b>	<b>4,5</b>
<b>elemento compositivo intensificador</b>	<b>0,5</b>
super	0,5
<b>prefijo de intensificación</b>	<b>0,5</b>

re	0,3
recontra	0,1
requete	0,1
<b>superlativo</b>	<b>1,2</b>
<b>Uso de mayúsculas</b>	<b>40,7</b>
<b>alargamiento vocálico</b>	<b>1,2</b>

Anexo 12: Casos de marcadores de actitud sub-corpus El País Deportes

Realizaciones	Frec.
<b>emoción</b>	<b>27,7</b>
<b>centralizado</b>	<b>4,3</b>
Esperar	1,3
de acuerdo	0,8
Ojalá	0,7
Estoy de acuerdo	0,4
Compartir	0,1
contento	0,1
No estoy de acuerdo	0,1
Extrañarse	0,1
Preferir	0,1
Sinceramente	0,1
Yo tampoco estoy de acuerdo	0,1
estar de acuerdo	0,1
<b>polarizado</b>	<b>23,4</b>
gustar	1,5
triste	1,5
Sinceramente	1,3
Lamentable	1,0
curioso	0,8
no me gusta	0,8
pena	0,7
Penoso	0,7
jajajaja	0,6
jajajajajaja	0,6
ja	0,4
pobrecito	0,4
xdd	0,4
:)	0,3
cortito	0,3
curiosamente	0,3
estupidez	0,3
francamente	0,3
jeje	0,3
Jojojo	0,3
Lástima	0,3
Lástima que	0,3
poquito	0,3
tristemente	0,3
xddd	0,3
Aburir	0,1
aburridísimo	0,1
aburridísimo	0,1
aburrido	0,1
acomplejadillo	0,1
articulitos	0,1
aseadito	0,1
con gusto	0,1
cosiitas	0,1
Desgraciadamente	0,1
detallito.	0,1
enanito	0,1
entretenido	0,1
euritos	0,1

gracioso	0,1
grupito	0,1
hace gracia	0,1
harto	0,1
hartos	0,1
irónico	0,1
ja ja ja	0,1
ja, ja, ja	0,1
ja, ja, ja,	0,1
jaaaaaaaaaaaaa	0,1
jaja	0,1
jajaja	0,1
jajajaj	0,1
jajajajaja	0,1
jajajajajaj	0,1
jajajajajajaja	0,1
jajajajajajaja	0,1
jajajajajajajaj	0,1
jajajajajajajajaj	0,1
Je, je	0,1
Je, je, je....je	0,1
jejeje	0,1
jejejeje	0,1
jijiji	0,1
Jo jo	0,1
lamentablemente	0,1
lamentables	0,1
me gustó	0,1
Me hace mucha gracia	0,1
molestar	0,1
mimadito	0,1
Ni me gusta,	0,1
normalitos	0,1
nos gusta	0,1
Odiar	0,1
para colmo	0,1
paradójico	0,1
pasecito	0,1
patetico	0,1
patético	0,1
pedante	0,1
penita	0,1
politicuchos	0,1
Por desgracia	0,1
puñetera	0,1
regalito	0,1
segundón	0,1
sinceros	0,1
tristes	0,1
uffff	0,1
uffffffff	0,1
Uy	0,1
xddd	0,1

evaluación	130,0
<b>centralizado</b>	<b>64,7</b>
bien	5,9
gran	4,8
buen	4,2
mal	3,1
difícil	2,8
fácil	2,7
buena	1,7
bueno	1,7
mala	1,7
cierto	1,3
de verdad	1,3
grande	1,1
normal	1,1
buenos	1,0
solamente	1,0
interesante	0,8
malo	0,8
verdad	0,8
lógico	0,7
serio	0,7
Tranquilo	0,7
bonito	0,6
En serio	0,6
Grandes	0,6
mero	0,6
perfectamente	0,6
realmente	0,6
seguro	0,6
sencillo	0,6
verdaderos	0,6
VERDADERO	0,6
feo	0,4
lógicamente	0,4
serios	0,4
verdaderamente	0,4
acertado	0,3
correctamente	0,3
decente	0,3
directa	0,3
fuerte	0,3
justamente	0,3
justo	0,3
meros	0,3
mínima	0,3
Normalmente	0,3
positivo	0,3
precisamente	0,3
pura	0,3
sencilla	0,3
simple	0,3
FALSO	0,3
a propósito	0,1
acertada	0,1
agradezco	0,1

Análisis comparativo de las estrategias metadiscursivas en los comentarios de noticias  
en la prensa digital española y chilena

agudo	0,1
aparentemente	0,1
apenas	0,1
asepsia	0,1
auténtico	0,1
barata	0,1
barato	0,1
baratos	0,1
bonita	0,1
bonitas	0,1
buenas	0,1
cansado	0,1
casualidad	0,1
centrada	0,1
cómoda	0,1
comprensible	0,1
con cariño	0,1
correcto	0,1
crónico	0,1
de acuerdo	0,1
debil	0,1
detallado	0,1
difíciles	0,1
digna	0,1
dignamente	0,1
digno	0,1
directamente	0,1
duro	0,1
especialmente	0,1
estimable	0,1
fáciles	0,1
famosos	0,1
fiel	0,1
fino	0,1
grave	0,1
histórico	0,1
humilde	0,1
igualmente	0,1
ilegal	0,1
imparcial	0,1
inteligente	0,1
interesante	0,1
justa	0,1
la verdad	0,1
larga	0,1
leal	0,1
legítimo	0,1
ligero	0,1
limpio	0,1
lindo	0,1
listo	0,1
lógicos	0,1
malas	0,1
malos	0,1
medianamente	0,1
mera	0,1
meras	0,1

mínimo	0,1
modesta	0,1
necesaria	0,1
necesarios	0,1
nuevo	0,1
obviamente	0,1
obvias	0,1
positiva	0,1
profesional	0,1
puras	0,1
puro	0,1
rápidamente	0,1
raramente	0,1
raro	0,1
razonables	0,1
reconocidamente	0,1
respetable	0,1
regular	0,1
seguramente	0,1
sensato	0,1
sensible	0,1
seria	0,1
seriamente	0,1
simples	0,1
suficiente	0,1
superior	0,1
técnicamente	0,1
tranquilas	0,1
tranquilos	0,1
transparente	0,1
urgente	0,1
verdadeira	0,1
verdadera	0,1
verdaderas	0,1
<b>polarizado</b>	<b>65,3</b>
mejor	9,0
peor	2,8
mejores	1,7
Increíble	1,5
imposible	1,0
descaradamente	0,6
excelente	0,6
pésimo	0,6
pobre	0,6
absurdo	0,4
complicado	0,4
injustamente	0,4
mediocre	0,4
perfecto	0,4
precisamente	0,4
preocupante	0,4
supuestamente	0,4
Tremendo	0,4
acérrimo	0,3
acertadamente	0,3
admirable	0,3
alucinante	0,3

burdo	0,3
dañino	0,3
deliberadamente	0,3
descarada	0,3
descorazonador	0,3
despreciable	0,3
enfermiza	0,3
enorme	0,3
Estupendo	0,3
estupideces	0,3
exactamente	0,3
extraordinario	0,3
geniales	0,3
grandisimo	0,3
imposibles	0,3
inadmisible	0,3
indolente	0,3
inexistente	0,3
injusta	0,3
intensamente	0,3
magistral	0,3
mínimamente	0,3
peores	0,3
perfectamente	0,3
Por fin	0,3
preferible	0,3
rácano	0,3
ridículo	0,3
ridículos	0,3
sorprendente	0,3
sospechoso	0,3
superior	0,3
vergonzoso	0,3
a la fuerza	0,1
absurdas	0,1
ácidamente	0,1
acojonante	0,1
alevosa	0,1
altamente	0,1
amargamente	0,1
amarillo	0,1
anatema	0,1
anormales	0,1
apasionante	0,1
aplastante	0,1
aplastantes	0,1
artificial	0,1
así como así	0,1
asombroso	0,1
asqueroso	0,1
auténtica	0,1
auténticamente	0,1
bello	0,1
blando	0,1
bocazas	0,1
bochornosa	0,1
brillantemente	0,1

brutal	0,1
buenísimo	0,1
canallada	0,1
cansado	0,1
cansino	0,1
censurable	0,1
chungo	0,1
ciego	0,1
clamoroso	0,1
cojonudamente	0,1
cojonudo	0,1
con diferencia	0,1
contundentes	0,1
copiosa	0,1
corrupta	0,1
cotnudente	0,1
criticable	0,1
cuidadoso	0,1
cutre	0,1
decente	0,1
Decepcionante	0,1
decimonónico	0,1
deficiente	0,1
del siglo XIX	0,1
deleznable	0,1
demoledor	0,1
demonios	0,1
denigrante	0,1
descaradas	0,1
desconsideradamente	0,1
despilfarro	0,1
destacable	0,1
dictatoriales	0,1
diletante	0,1
directamente	0,1
displicentemente	0,1
ejemplar	0,1
elegante	0,1
encarecidamente	0,1
engañoso	0,1
escasas	0,1
escaso	0,1
escasos	0,1
especial	0,1
espectacular	0,1
estratosférico	0,1
estúpida	0,1
etnicista	0,1
exagerada	0,1
excepcional	0,1
excepcionalmente	0,1
excesivamente	0,1
exclusivamente	0,1
excluyente	0,1
extraño	0,1
Extraños	0,1
falsa	0,1
férreo	0,1

ficticio	0,1
flagrante	0,1
floja	0,1
francamente	0,1
fundamental	0,1
fundamentalmente	0,1
galopante	0,1
garrafal	0,1
Genial	0,1
genio	0,1
glorioso	0,1
grandioso	0,1
grandísima	0,1
grandísimo	0,1
gravemente	0,1
grotesco	0,1
harto	0,1
hermoso	0,1
hilarante	0,1
hipócrita	0,1
horrible	0,1
ideológicamente	0,1
ignorante	0,1
ignorantes	0,1
imparcial	0,1
impracticable	0,1
impresentable	0,1
impresentables	0,1
impresionante	0,1
impresionantes	0,1
IMPROVISADA	0,1
inaceptables	0,1
inadecuadas	0,1
incomprensible	0,1
incomprensiblemente	0,1
incondicional	0,1
incontestable	0,1
increíblemente	0,1
indecentes	0,1
indiferente	0,1
indignados	0,1
indiscutible	0,1
inepto	0,1
inexplicable	0,1
inferior	0,1
infinitas	0,1
infertuosamente	0,1
inimaginable	0,1
injusto	0,1
inmensa	0,1
inocentemente	0,1
inolvidable	0,1
insultante	0,1
intenso	0,1
intolerable	0,1
intrancesdente	0,1
intransigente	0,1
inútil	0,1

jeta	0,1
lastre	0,1
laudatorio	0,1
letal	0,1
lo mejor de lo mejor	0,1
loable	0,1
locos	0,1
magbñífica	0,1
magistrales	0,1
magnífica	0,1
Magnifico	0,1
mágnifico	0,1
magníficos	0,1
maleducados	0,1
malísimo	0,1
manipulables	0,1
maravillosa	0,1
Más que nada	0,1
mediática	0,1
mediático	0,1
mediocres	0,1
Menos mal	0,1
mentirosa	0,1
Menuda	0,1
Menudo	0,1
mercidamente	0,1
mínimo	0,1
minuciosa	0,1
miseráble	0,1
misteriosos	0,1
naturamlmente	0,1
nauseabundas	0,1
nefastos	0,1
obscenamente	0,1
oportunistas	0,1
orgullosa	0,1
parcialista	0,1
particularmente	0,1
peculiares	0,1
peorcito	0,1
perfecta	0,1
permanente	0,1
pesima	0,1
pésimos	0,1
políticamente	0,1
pomposamente	0,1
por lo menos	0,1
precísamente	0,1
prestigioso	0,1
pseudo	0,1
pseudointelectuales	0,1
puntilloso	0,1
puto	0,1
putrefacta	0,1
rabia	0,1
rancio	0,1
razonablemente	0,1
reaccionaria	0,1

Análisis comparativo de las estrategias metadiscursivas en los comentarios de noticias  
en la prensa digital española y chilena

reaccionarios	0,1
regularmente	0,1
repasito	0,1
retrogrado	0,1
ridícula	0,1
rigurosamente	0,1
rotunda	0,1
Rotundamente	0,1
sencillamente	0,1
sensacionalista	0,1
seriamente	0,1
sesgados	0,1
severamente	0,1
significativas	0,1
simpatico	0,1
sin ton ni son	0,1
singular	0,1
sobradamente	0,1
soso	0,1
Sospechosamente	0,1
suculentos	0,1

super	0,1
supuesto	0,1
TÉTRICO	0,1
tonta	0,1
tontamente	0,1
tonterías	0,1
tonto	0,1
tramposo	0,1
tremenda	0,1
turbio	0,1
ventajista	0,1
vergüenza	0,1
verosímil	0,1
violento	0,1
voluntariamente	0,1
vulgar	0,1
<b>significancia</b>	<b>6,9</b>
<b>centralizado</b>	<b>4,1</b>
claro	1,7
importante	0,6
clara	0,4

importantes	0,3
básicamente	0,1
clave	0,1
imprante	0,1
necesario	0,1
preciso	0,1
principal	0,1
suficientemente	0,1
válido	0,1
<b>polarizado</b>	<b>2,8</b>
evidente	0,7
único	0,7
esencial	0,4
clarísimo	0,1
eficaz	0,1
evidentes	0,1
notorios	0,1
principalmente	0,1
única	0,1
únicamente	0,1

Anexo 13: Casos de marcadores de actitud sub-corpus El País Política

<b>Realizaciones</b>	<b>Frec.</b>	HARTO	<b>0,1</b>	verdadera	<b>0,4</b>
<b>emoción</b>	<b>17,1</b>	hartos	<b>0,1</b>	verdaderos	<b>0,4</b>
<b>centralizado</b>	<b>6,9</b>	hastiado	<b>0,1</b>	amable	<b>0,3</b>
curioso	<b>1,3</b>	igualito	<b>0,1</b>	Ciertamente	<b>0,3</b>
Esperar	<b>1,3</b>	Ja, ja	<b>0,1</b>	de acuerdo	<b>0,3</b>
Estar de acuerdo	<b>0,9</b>	jajajajajaj	<b>0,1</b>	en fin	<b>0,3</b>
No estoy de acuerdo	<b>0,4</b>	jajajajajajaja	<b>0,1</b>	falsa	<b>0,3</b>
sinceramente	<b>0,4</b>	jajajajajajaaa	<b>0,1</b>	fiel	<b>0,3</b>
Ojalá	<b>0,3</b>	JOJOJO	<b>0,1</b>	fielmente	<b>0,3</b>
Coincidir	<b>0,1</b>	Lamentar	<b>0,1</b>	improbables	<b>0,3</b>
Compartir	<b>0,1</b>	Lastima	<b>0,1</b>	justamente	<b>0,3</b>
Comprender	<b>0,1</b>	lastimosamente	<b>0,1</b>	legítimas	<b>0,3</b>
curiosa	<b>0,1</b>	listillos	<b>0,1</b>	lícito	<b>0,3</b>
Curiosamente	<b>0,1</b>	Alegrarse	<b>0,1</b>	malas	<b>0,3</b>
curiosos	<b>0,1</b>	modelitos	<b>0,1</b>	mínima	<b>0,3</b>
de acuerdo	<b>0,1</b>	nombrecito	<b>0,1</b>	normalmente	<b>0,3</b>
estamos de acuerdo	<b>0,1</b>	paísezucho	<b>0,1</b>	peligrosos	<b>0,3</b>
Estoy en parte de acuerdo	<b>0,1</b>	patético	<b>0,1</b>	pobre	<b>0,3</b>
No estoy de acuerdo	<b>0,1</b>	piadosamente	<b>0,1</b>	pobres	<b>0,3</b>
Perfecto	<b>0,1</b>	politicucho	<b>0,1</b>	profundos	<b>0,3</b>
Preferir	<b>0,1</b>	preguntita	<b>0,1</b>	pura	<b>0,3</b>
sencillo	<b>0,1</b>	rollito	<b>0,1</b>	real	<b>0,3</b>
sincera	<b>0,1</b>	sinceramente	<b>0,1</b>	realmente	<b>0,3</b>
sincero	<b>0,1</b>	<b>evaluación</b>	<b>90,7</b>	seguro	<b>0,3</b>
Tengo ganas	<b>0,1</b>	<b>centralizado</b>	<b>49,2</b>	tradicionalmente	<b>0,3</b>
<b>polarizado</b>	<b>10,2</b>	bien	<b>4,3</b>	tranquilo	<b>0,3</b>
triste	<b>0,8</b>	gran	<b>3,5</b>	verdaderamente	<b>0,3</b>
lamentable	<b>0,5</b>	mal	<b>2,8</b>	voluntariamente	<b>0,3</b>
pena	<b>0,5</b>	cierto	<b>1,5</b>	abiertamente	<b>0,1</b>
jaja	<b>0,4</b>	buen	<b>1,3</b>	abierto	<b>0,1</b>
desgraciada	<b>0,3</b>	lógico	<b>1,3</b>	aceptable	<b>0,1</b>
gracioso	<b>0,3</b>	mala	<b>1,2</b>	Afortunadamente	<b>0,1</b>
ja,ja,ja,ja	<b>0,3</b>	difícil	<b>1,1</b>	amplio	<b>0,1</b>
ja,ja,ja,ja,ja	<b>0,3</b>	buena	<b>0,9</b>	autenticos	<b>0,1</b>
jajaja	<b>0,3</b>	fácil	<b>0,9</b>	barata	<b>0,1</b>
jajajaja	<b>0,3</b>	perfectamente	<b>0,8</b>	bonitas	<b>0,1</b>
jajajajajajajaj	<b>0,3</b>	simple	<b>0,8</b>	cansada	<b>0,1</b>
jajajajajajajajaja	<b>0,3</b>	VERDADERO	<b>0,8</b>	cansados	<b>0,1</b>
Gustar	<b>0,3</b>	interesante	<b>0,7</b>	cómodo	<b>0,1</b>
Molestar	<b>0,3</b>	preocupados	<b>0,7</b>	comprensible	<b>0,1</b>
no me gusta	<b>0,3</b>	bueno	<b>0,5</b>	con razón	<b>0,1</b>
jajajajajajajajajaja	<b>0,1</b>	malo	<b>0,5</b>	con respeto	<b>0,1</b>
-( )-	<b>0,1</b>	normal	<b>0,5</b>	constante	<b>0,1</b>
aburrido	<b>0,1</b>	raro	<b>0,5</b>	constantemente	<b>0,1</b>
Afortunadamente	<b>0,1</b>	suficientemente	<b>0,5</b>	constructiva	<b>0,1</b>
AJAJAJA	<b>0,1</b>	verdad	<b>0,5</b>	correcta	<b>0,1</b>
añitos	<b>0,1</b>	buenas	<b>0,4</b>	correctamente	<b>0,1</b>
bocazas	<b>0,1</b>	buenos	<b>0,4</b>	débiles	<b>0,1</b>
clarito	<b>0,1</b>	cansado	<b>0,4</b>	detenidamente	<b>0,1</b>
desgracia	<b>0,1</b>	De verdad	<b>0,4</b>	diestro	<b>0,1</b>
desgraciadamente	<b>0,1</b>	en serio	<b>0,4</b>	diferente	<b>0,1</b>
escritorcillo	<b>0,1</b>	fácilmente	<b>0,4</b>	directamente	<b>0,1</b>
españolitos	<b>0,1</b>	grandes	<b>0,4</b>	directos	<b>0,1</b>
Estamos hartos	<b>0,1</b>	Perfecto	<b>0,4</b>	educadamente	<b>0,1</b>
gentuza	<b>0,1</b>	sencillo	<b>0,4</b>	especial	<b>0,1</b>
		serio	<b>0,4</b>	esperada	<b>0,1</b>

Análisis comparativo de las estrategias metadiscursivas en los comentarios de noticias  
en la prensa digital española y chilena

estamos de acuerdo	<b>0,1</b>
estoy completamente de acuerdo	<b>0,1</b>
exactamente	<b>0,1</b>
Exacto	<b>0,1</b>
falsas	<b>0,1</b>
famosa	<b>0,1</b>
flaco	<b>0,1</b>
formalmente	<b>0,1</b>
fuerte	<b>0,1</b>
fundadas	<b>0,1</b>
grave	<b>0,1</b>
graves	<b>0,1</b>
honradamente	<b>0,1</b>
ideal	<b>0,1</b>
inteligente	<b>0,1</b>
justo	<b>0,1</b>
legítima	<b>0,1</b>
libremente	<b>0,1</b>
listo	<b>0,1</b>
literalmente	<b>0,1</b>
llanamente	<b>0,1</b>
lógica	<b>0,1</b>
mal rollo	<b>0,1</b>
malévolo	<b>0,1</b>
malos	<b>0,1</b>
matemáticamente	<b>0,1</b>
menos mal	<b>0,1</b>
mínimo	<b>0,1</b>
múltiples	<b>0,1</b>
normalísimo	<b>0,1</b>
óptimo	<b>0,1</b>
pequeños	<b>0,1</b>
por completo	<b>0,1</b>
por suerte	<b>0,1</b>
precisamente	<b>0,1</b>
profunda	<b>0,1</b>
profundo	<b>0,1</b>
públicamente	<b>0,1</b>
puro	<b>0,1</b>
rara	<b>0,1</b>
raras	<b>0,1</b>
reales	<b>0,1</b>
realistas	<b>0,1</b>
religiosamente	<b>0,1</b>
sano	<b>0,1</b>
sencilla	<b>0,1</b>
seria	<b>0,1</b>
seriamente	<b>0,1</b>
serias	<b>0,1</b>
serios	<b>0,1</b>
silenciosa	<b>0,1</b>
simples	<b>0,1</b>
tamaño	<b>0,1</b>
teóricamente	<b>0,1</b>
típico	<b>0,1</b>
tranquila	<b>0,1</b>

FALSO	<b>0,1</b>
<b>polarizado</b>	<b>41,4</b>
ABERRANTE	<b>0,1</b>
peor	<b>2,6</b>
mejor	<b>1,7</b>
imposible	<b>1,2</b>
enorme	<b>0,9</b>
desgraciadamente	<b>0,8</b>
corrupto	<b>0,5</b>
desastre	<b>0,5</b>
increíble	<b>0,5</b>
estupidez	<b>0,4</b>
ignorante	<b>0,4</b>
injusto	<b>0,4</b>
mejores	<b>0,4</b>
pésima	<b>0,4</b>
ridículo	<b>0,4</b>
auténtica	<b>0,3</b>
descaradamente	<b>0,3</b>
difícilmente	<b>0,3</b>
escasa	<b>0,3</b>
gallardamente	<b>0,3</b>
HARTO	<b>0,3</b>
idiota	<b>0,3</b>
incompetente	<b>0,3</b>
incompetentes	<b>0,3</b>
indignado	<b>0,3</b>
mediocre	<b>0,3</b>
nefasta	<b>0,3</b>
perfectamente	<b>0,3</b>
profundamente	<b>0,3</b>
rancio	<b>0,3</b>
riguroso	<b>0,3</b>
tonto	<b>0,3</b>
tufillo	<b>0,3</b>
VERGONZOSA	<b>0,3</b>
absolutista	<b>0,1</b>
absurdas	<b>0,1</b>
ACERTADAMENTE	<b>0,1</b>
acojonante	<b>0,1</b>
adulta	<b>0,1</b>
Afortunadamente	<b>0,1</b>
al pie de la letra	<b>0,1</b>
aldeanismo	<b>0,1</b>
ancestrales	<b>0,1</b>
aplastante	<b>0,1</b>
artificialmente	<b>0,1</b>
asco	<b>0,1</b>
asquerosa	<b>0,1</b>
asquerosos	<b>0,1</b>
astronómica	<b>0,1</b>
auténtico	<b>0,1</b>
bestialmente	<b>0,1</b>
bien a las claras	<b>0,1</b>
brutal	<b>0,1</b>
carpetovetónico	<b>0,1</b>
catastrófica	<b>0,1</b>

ciegamente	<b>0,1</b>
cínico	<b>0,1</b>
coherentemente	<b>0,1</b>
comprensivo	<b>0,1</b>
confuso	<b>0,1</b>
contundente	<b>0,1</b>
culpable	<b>0,1</b>
decadente	<b>0,1</b>
deleznable	<b>0,1</b>
delicados	<b>0,1</b>
demagógicamente	<b>0,1</b>
demagogo	<b>0,1</b>
demencial	<b>0,1</b>
democráticamente	<b>0,1</b>
desastroso	<b>0,1</b>
descomunal	<b>0,1</b>
desesperadamente	<b>0,1</b>
desgraciados	<b>0,1</b>
despectivamente	<b>0,1</b>
desproporcionada	<b>0,1</b>
difícil mente	<b>0,1</b>
difícilmente	<b>0,1</b>
directamente	<b>0,1</b>
discutible	<b>0,1</b>
divertido	<b>0,1</b>
doloroso	<b>0,1</b>
dudoso	<b>0,1</b>
DURÍSIMOS	<b>0,1</b>
ecuánime	<b>0,1</b>
en fin	<b>0,1</b>
enorme.	<b>0,1</b>
enormemente	<b>0,1</b>
enormes	<b>0,1</b>
equivocada	<b>0,1</b>
especiales	<b>0,1</b>
específicamente	<b>0,1</b>
espléndidas	<b>0,1</b>
espurios	<b>0,1</b>
Estamos hartos	<b>0,1</b>
estériles	<b>0,1</b>
estrecho	<b>0,1</b>
estupenda	<b>0,1</b>
estupendo	<b>0,1</b>
eterna	<b>0,1</b>
exacerbado	<b>0,1</b>
exasperante	<b>0,1</b>
excesiva	<b>0,1</b>
excesivo	<b>0,1</b>
exigible	<b>0,1</b>
Fabuloso	<b>0,1</b>
facilona	<b>0,1</b>
fantásticamente	<b>0,1</b>
fantástico	<b>0,1</b>
faraónica	<b>0,1</b>
fluidamente	<b>0,1</b>
frustrante	<b>0,1</b>
genético	<b>0,1</b>

gratuitamente	0,1
honradamente	0,1
humillante	0,1
ignorantes	0,1
ilusorias	0,1
imperiosamente	0,1
imprecindible	0,1
imprescindible	0,1
imprescindibles	0,1
impresentable	0,1
impresionante	0,1
impresonantes	0,1
indecente	0,1
indiferente	0,1
indiscutiblemente	0,1
inevitablemente	0,1
infame	0,1
infinito	0,1
infumable	0,1
inmensa	0,1
innecesarias	0,1
innegable	0,1
innumerables	0,1
inocente	0,1
insondable	0,1
íntegramente	0,1
interesadamente	0,1
irreparable	0,1
irresponsablemente	0,1
legítimamente	0,1
locas	0,1
locura	0,1
lúgubre	0,1
mafiosos	0,1
mangantes	0,1
masivamente	0,1
mayores	0,1
<b>significancia</b>	<b>7,7</b>
<b>centralizado</b>	<b>5,9</b>
claro	2,9
importante	1,4
necesario	0,8
básicamente	0,3
básicas	0,1
clave	0,1
necesaria	0,1
<b>polarizado</b>	<b>1,7</b>
evidente	0,4
principalmente	0,3
crucial	0,1
decididamente	0,1
decisivo	0,1
eminentemente	0,1
fundamentales	0,1
principales	0,1
significativo	0,1
únicamente	0,1

mayoritariamente	0,1
medianammnete	0,1
mediocres	0,1
mentiroso	0,1
mentirosos	0,1
Menudo	0,1
mierda	0,1
miserables	0,1
mítico	0,1
monumental	0,1
notables	0,1
notoriamente	0,1
obligatoriamente	0,1
obviamente	0,1
ofensivo	0,1
oportunistas	0,1
peores	0,1
pernicioso	0,1
piadosa	0,1
piadosamente	0,1
podrido	0,1
por desgracia	0,1
por fortuna	0,1
por suerte	0,1
precisamente	0,1
preilustrado	0,1
presuntamente	0,1
primario	0,1
provinciano	0,1
provocadores	0,1
puñetera	0,1
puñetero	0,1
puramente	0,1
raaccionaria	0,1
rabia	0,1
radicalmente	0,1
reaccionario	0,1

reaccionarios	0,1
remotamente	0,1
respetables	0,1
RIDÍCULA	0,1
ridículo	0,1
rigida	0,1
rígida	0,1
rotundo	0,1
ruines	0,1
ruinoso	0,1
SALVAJE	0,1
secretamente	0,1
sensiblemente	0,1
serviles	0,1
soberanamente	0,1
soberbia	0,1
solidario	0,1
supuestos	0,1
sustancial	0,1
terriblemente	0,1
tonta	0,1
tontos	0,1
tozuda	0,1
tremendamente	0,1
único	0,1
valentia	0,1
valientes	0,1
valiosísimo	0,1
vergonzosas	0,1
vergonzoso	0,1
vergÜenza	0,1
vilmente	0,1
VISCERAL	0,1



Análisis comparativo de las estrategias metadiscursivas en los comentarios de noticias en la prensa digital española y chilena

Anexo 14: Casos de marcadores de actitud sub-corpus Emol Deportes

Realizaciones	Frec.				
<b>emoción</b>	<b>42,3</b>	ajajaja	0,1	numerito	0,1
<b>centralizado</b>	<b>13,9</b>	amigote	0,1	paisucho	0,1
espero	4,0	amigotes	0,1	papelón	0,1
ojala	3,7	añito	0,1	parcito	0,1
Ojalá	3,0	argentinito	0,1	pelotita	0,1
esperemos	0,5	caballeritos	0,1	PENOSO	0,1
esperamos	0,3	cachito	0,1	peruchos	0,1
sentir	0,3	calladito	0,1	pfff.	0,1
sinceramente	0,3	calladitos	0,1	pobrecito	0,1
agradecidos	0,1	CAPRICHOSON	0,1	preferido	0,1
con todo respeto	0,1	Chilenito	0,1	queridisimo	0,1
Curiosamente	0,1	chilenitos	0,1	rabia	0,1
esperar	0,1	colocolitos	0,1	reguleque	0,1
feliz	0,1	Condorazo	0,1	soldaditos	0,1
grato	0,1	contento	0,1	solito	0,1
ojalas	0,1	cortitos	0,1	temita	0,1
ok	0,1	Curiosamente	0,1	tonterita	0,1
por favor	0,1	DA ASCO	0,1	tontitos	0,1
querer	0,1	da pena	0,1	tranquilito	0,1
sinceros	0,1	dando lastima	0,1	triste	0,1
triste	0,1	derechitos	0,1	tristeza	0,1
tristes	0,1	diarucho	0,1	velitas	0,1
tristeza	0,1	discrepar	0,1	viejito	0,1
<b>polarizado</b>	<b>28,4</b>	enanito	0,1		
lamentablemente	3,3	equipazo	0,1		
lamentable	1,4	estupendo	0,1		
no me gusta	1,4	estúpida	0,1		
pena	1,4	ESTUPIDESES	0,1		
sinceramente	1,0	ESTUPIDO	0,1		
Lastima	0,8	estúpido	0,1		
lástima	0,8	fachitos	0,1		
Gustar	0,7	facilito	0,1		
xd	0,7	fresquito	0,1		
estupidez	0,5	galucha	0,1		
chilito	0,4	jajaj	0,1		
desear	0,4	jajajaajaja	0,1		
equipito	0,4	Jajajaajajajaja	0,1		
JAJA	0,4	jajajajajajajaja	0,1		
jajajajajaja	0,4	Jajajajajajajajajaja	0,1		
Curioso	0,3	Jajja	0,1		
desgraciadamente	0,3	jejeje	0,1		
gustito	0,3	Jijij	0,1		
jajaja	0,3	jugadorazos	0,1		
jajajajaja	0,3	lamentabelen	0,1		
alegrar	0,3	lamentar	0,1		
me alegre	0,3	lueguito	0,1		
molesta	0,3	malito	0,1		
porfiao	0,3	MARICONCITO	0,1		
preferir	0,3	alegrarse	0,1		
querida	0,3	Molestar	0,1		
querido	0,3	mejorcito	0,1		
gustar	0,3	MIJITA	0,1		
(:	0,1	mmmm	0,1		
:(	0,1	modelitos	0,1		
		niñitos	0,1		

<b>evaluación</b>	<b>123,1</b>
<b>centralizado</b>	<b>58,4</b>
gran	6,7
buen	5,3
mal	5,0
bien	4,5
buena	2,7
mala	2,7
buenos	1,9
bueno	1,5
malos	1,5
malo	1,2
grandes	1,1
fácil	1,0
estar de acuerdo	1,0
de acuerdo	0,8
de verdad	0,8
difícil	0,8
realmente	0,8
justo	0,7
serio	0,7
VERDADERO	0,7
realistas	0,5
verdaderos	0,5
concordar	0,4
difícil	0,4
facil	0,4
obvio	0,4
seguro	0,4
bonito	0,3
buenas	0,3
famosa	0,3
grande	0,3
inferiores	0,3
Lindo	0,3
lógico	0,3
malas	0,3
no estoy de acuerdo	0,3
normal	0,3
pobre	0,3
problema	0,3
realista	0,3
seria	0,3
serios	0,3
superior	0,3
SUPERIORES	0,3
verdad	0,3
acertadas	0,1
acertado	0,1
alta	0,1
amplio	0,1
apresurado	0,1
atractivo	0,1
bonitos	0,1
cansado	0,1
cansados	0,1
caros	0,1

chico	0,1
cómodo	0,1
confiable	0,1
consecuente	0,1
CORRECTA	0,1
correctamente	0,1
correcto	0,1
definido	0,1
difícil	0,1
digno	0,1
discretas	0,1
dura	0,1
DURO	0,1
entendible	0,1
equivocado	0,1
estoy en total acuerdo	0,1
fácilmente	0,1
factible	0,1
falsas	0,1
famoso	0,1
fuerte	0,1
geniales	0,1
gorda	0,1
gratuitamente	0,1
honesto	0,1
humilde	0,1
imparcialmente	0,1
independientemente	0,1
indicado	0,1
justos	0,1
legítimos	0,1
lindos	0,1
logico	0,1
medios	0,1
merecida	0,1
modernos	0,1
neutro	0,1
noble	0,1
Objetivamente	0,1
probable	0,1
profesional	0,1
PROFUNDOS	0,1
raro	0,1
real	0,1
REGULAR	0,1
Seguramente	0,1
Sencillo	0,1
serias	0,1
SOLAMENTE	0,1
SUFICIENTE	0,1
suficientemente	0,1
talentosos	0,1
toda la razon	0,1
verdaderamente	0,1
FALSO	0,1
<b>polarizado</b>	<b>64,8</b>
mejor	10,8
peor	4,0

mediocre	3,1
excelente	1,2
mejores	1,0
mediocres	0,8
flaite	0,7
raro	0,7
tremendo	0,7
de cartón	0,5
horrible	0,5
impresentable	0,5
impresionante	0,5
carente	0,4
fracasado	0,4
grave	0,4
ignorante	0,4
ignorantes	0,4
inteligentemente	0,4
penca	0,4
pésimo	0,4
tontera	0,4
bipolares	0,3
chaquetero	0,3
DE CARTON	0,3
DESASTRE	0,3
enormemente	0,3
escaso	0,3
espectacular	0,3
espectaculares	0,3
excelentes	0,3
exelente	0,3
extraño	0,3
hermosa	0,3
impecable	0,3
indiscutido	0,3
ineptos	0,3
lejos	0,3
mafioso	0,3
nefasto	0,3
pesimo	0,3
profundo	0,3
rasca	0,3
ridicula	0,3
ridículo	0,3
seudo	0,3
tontamente	0,3
tonteras	0,3
tonto	0,3
torpe	0,3
vergonzoso	0,3
a duras penas	0,1
a vista del amo engorda el ganado	0,1
abismante	0,1
absurdos	0,1
aficionado	0,1
al pan pan y al vino vino	0,1
alcoholizados	0,1

Análisis comparativo de las estrategias metadiscursivas en los comentarios de noticias  
en la prensa digital española y chilena

apasionado	0,1
arduo	0,1
asmerreir	0,1
Asqueroso	0,1
astuta	0,1
atinado	0,1
atorrante	0,1
autentico	0,1
avivado	0,1
bipolar	0,1
Boliche	0,1
bostas	0,1
brillantemente	0,1
brillantes	0,1
buenisimos	0,1
CAHUINES	0,1
caótico	0,1
care de flaute	0,1
carecer	0,1
chaqueteros	0,1
ciegamente	0,1
clásico	0,1
comun	0,1
conflictiva	0,1
contundente	0,1
convinciente	0,1
corruptas	0,1
corrupto	0,1
corruptos	0,1
criminal	0,1
crítica	0,1
dando bote	0,1
dando jugo	0,1
debil	0,1
decente	0,1
DEJA BASTANTE QUE DESEAR	0,1
delicia	0,1
desastroso	0,1
desbordante	0,1
desinterés	0,1
DICTADOR	0,1
discreto	0,1
displcencia	0,1
DOLOROSO	0,1
drastico	0,1
dudosas	0,1
enfermizos	0,1
enorme	0,1
enormes	0,1
esquizofrenico	0,1
estoy profundamnte	0,1
agradecido	0,1
estricto	0,1
exagerado	0,1
excepcional	0,1
excesivo	0,1

exelentes	0,1
extraña	0,1
fácilmente	0,1
feble	0,1
flaites	0,1
flojos	0,1
fome	0,1
fracaso	0,1
Francamente	0,1
frustrado	0,1
furiosos	0,1
GALOPANTE	0,1
garrafal	0,1
Genius	0,1
genuino	0,1
gigante	0,1
gigantes	0,1
gracioso	0,1
honesto	0,1
humilde	0,1
Humildemente	0,1
humillante	0,1
ideal	0,1
identificante	0,1
ilusos	0,1
ingenuo	0,1
improvisada	0,1
inapelablemente	0,1
incompetente	0,1
indecente	0,1
inedita	0,1
ineptamente	0,1
inepto	0,1
infantil	0,1
inmensa	0,1
innegable	0,1
innumerables	0,1
insano	0,1
insignificante	0,1
intocable	0,1
inútil	0,1
Invariablemente	0,1
irremediamente	0,1
irresponsable	0,1
irresponsables	0,1
las vacas vuelan	0,1
lastre	0,1
legitimo	0,1
lógico	0,1
mafia	0,1
magnificos	0,1
majadero	0,1
malisima	0,1
malitos	0,1
malsana	0,1
maravillosamente	0,1
medianamente	0,1

mediocremente	0,1
mentiroso	0,1
mero	0,1
misteriosamente	0,1
moralista	0,1
NEFASTO	0,1
NEFASTOS	0,1
negativamente	0,1
notablemente	0,1
nula	0,1
odiosas	0,1
orgullosa	0,1
original	0,1
paquete	0,1
pasional	0,1
pauperrima	0,1
payasada	0,1
payaso	0,1
pelafustanes	0,1
pelotudeces	0,1
pelotudeses	0,1
peores	0,1
perfectamente	0,1
permisivo	0,1
pesa menos que un paquete de cabritas	0,1
pesima	0,1
pésima	0,1
picantes	0,1
pichanga	0,1
pichanguero	0,1
pida más jugo a este limón	0,1
pirata	0,1
pobrisimo	0,1
por lejos	0,1
porfia	0,1
porfiada	0,1
porfiado	0,1
potente	0,1
precisamente	0,1
preocupante	0,1
principalmente	0,1
profesionalmente	0,1
profundamente	0,1
pseudo	0,1
punga	0,1
pusilánimes	0,1
queso	0,1
raramente	0,1
raras	0,1
repulsivas	0,1
resentida	0,1
resentidos	0,1
retrasado	0,1
retundamente	0,1
ridiculez	0,1

rotundo	0,1
farrearse	0,1
se le escapan las tortugas	0,1
sencillamente	0,1
<b>SERIAMENTE</b>	0,1
sífutico	0,1
soberana	0,1
suficientemente	0,1
superior	0,1
<b>SUPERIORES</b>	0,1
supuesta	0,1
tamaño	0,1
terrible	0,1
tonterita	0,1
tontos	0,1
torpes	0,1
<b>TORRANTES</b>	0,1
tosudez	0,1
tozuda	0,1
trascendentes	0,1
tremenda	0,1
tremendamente	0,1
tremendos	0,1
memorable	0,1
necesario	0,1
necesarios	0,1
notable	0,1
<b>PRINCIPAL</b>	0,1
principales	0,1
radical	0,1
relevante	0,1
unica	0,1
<b>ÚNICO</b>	0,1

vagos	0,1
vejetes	0,1
verdaderamente	0,1
verdaderos	0,1
vergüenza	0,1
viejo	0,1
vulgar	0,1
waton parrillero	0,1
wifas	0,1
<b>significancia</b>	<b>11,5</b>
<b>centralizado</b>	<b>7,0</b>
simple	1,2
cierto	1,1
importante	1,1
claro	0,8
claras	0,4
claros	0,3
puntuales	0,3
basicamente	0,1
basicos	0,1
clara	0,1
compartir	0,1
concordar	0,1
ideal	0,1

importantes	0,1
integral	0,1
interesante	0,1
necesario	0,1
preciso	0,1
principales	0,1
simples	0,1
<b>polarizado</b>	<b>4,5</b>
único	0,7
crucial	0,3
evidentes	0,3
fundamental	0,3
única	0,3
unico	0,3
básica	0,1
clave	0,1
decidor	0,1
decisivo	0,1
evidente	0,1
firme	0,1
impresionante	0,1
irrelevante	0,1

Análisis comparativo de las estrategias metadiscursivas en los comentarios de noticias en la prensa digital española y chilena

Anexo 15: Casos de marcadores de actitud sub-corpus Emol Política

<b>Realizaciones</b>	<b>Frec.</b>	platita	0,3	Alegrarse	0,1
<b>emoción</b>	<b>34,5</b>	pobrecitos	0,3	Asustarse	0,1
<b>centralizado</b>	<b>9,0</b>	querido	0,3	Molestar	0,1
espero	2,4	TONTITOS	0,3	modelito	0,1
ojalá	1,6	tristeza	0,3	monjitas	0,1
Ojala	1,3	xD	0,3	niño	0,1
Concordar	0,4	;)	0,1	Gustar	0,1
Curiosamente	0,4	¬¬	0,1	Molestar	0,1
de acuerdo	0,3	absurdo	0,1	OLLITA	0,1
esperemos	0,3	Aburir	0,1	paisucho	0,1
ojalas	0,3	afortunadamente	0,1	parcelita	0,1
aburrida	0,1	Agradable	0,1	pendejilla	0,1
aburrido	0,1	AJAJAJAJAJA	0,1	Pobrecita	0,1
Coincidir	0,1	AMIGOTES	0,1	politicuchos	0,1
Concuero	0,1	amiguitos	0,1	poquitito	0,1
curioso	0,1	Aplaudir	0,1	Por fin	0,1
Esperar	0,1	apretadito	0,1	queridos	0,1
estoy aburrida	0,1	Avergonzar	0,1	rapidito	0,1
Sentirse	0,1	caminito	0,1	Ricardito	0,1
No estoy de acuerdo	0,1	chilito	0,1	ridícula	0,1
sincero	0,1	clarito	0,1	riguroso	0,1
solamente	0,1	da lastima	0,1	solitos	0,1
Yo estoy de acuerdo	0,1	da pena	0,1	Sospechar	0,1
Yo estoy muy de acuerdo	0,1	descarriado	0,1	tonterita	0,1
estar de acuerdo	0,1	desgracia	0,1	trampitas	0,1
Yo prefiero	0,1	desgraciado	0,1	tristes	0,1
Preferir	0,1	desgraciados	0,1	viejitos	0,1
<b>polarizado</b>	<b>25,4</b>	Detestar	0,1	xDD	0,1
lamentablemente	2,6	Dudar	0,1	<b>evaluación</b>	<b>117,6</b>
lamentable	1,7	empleomanía	0,1	<b>centralizado</b>	<b>52,3</b>
triste	1,5	estoy TOTALMENTE de acuerdo	0,1	gran	6,0
pena	0,9	estupendos	0,1	mal	3,3
Lástima	0,7	estupidos	0,1	bien	3,2
desgraciadamente	0,4	Felizmente	0,1	mala	2,1
estupideces	0,4	francamente	0,1	fácil	1,9
poquito	0,4	frasecitas	0,1	realmente	1,9
querida	0,4	grupito	0,1	simple	1,7
sinceramente	0,4	Guatear	0,1	BUENAS	1,5
(:	0,3	hijitos	0,1	buen	1,2
Apenar	0,3	iluso	0,1	buena	1,2
cagadita	0,3	JA JA	0,1	bueno	1,2
Camilita	0,3	ja!	0,1	difícil	0,9
COMUNACHO	0,3	Jaj	0,1	grandes	0,9
curioso	0,3	jajajaj.	0,1	buenos	0,8
derechitos	0,3	jajajajaj	0,1	difícil	0,8
Espinita	0,3	jajajajajajaja	0,1	malo	0,8
estupidez	0,3	jajajajajajajaj	0,1	pobre	0,8
jajaja	0,3	JAJJA	0,1	fuerte	0,5
jajajaja	0,3	JE JE JE JE	0,1	malas	0,5
LAMENTABLES	0,3	Jovencito	0,1	perfectamente	0,5
Lamentar	0,3	lastimero	0,1	verdadera	0,5
lastima	0,3	lastimosa	0,1	correcto	0,4
leserita	0,3	lastimoso	0,1	facil	0,4
no me gusta	0,3	mariconcitos	0,1	famosas	0,4
				grande	0,4

Interesante	0,4
lógico	0,4
mínimo	0,4
pobres	0,4
simples	0,4
VERDAD	0,4
dificultad	0,3
famosa	0,3
firme	0,3
grave	0,3
humilde	0,3
JUSTO	0,3
malos	0,3
normal	0,3
obvio	0,3
positivo	0,3
problema	0,3
profundo	0,3
sencillo	0,3
solamente	0,3
valorable	0,3
verdaderamente	0,3
verdaderos	0,3
VERDADERO	0,3
aburrido	0,1
acertadas	0,1
acertado	0,1
adecuadamente	0,1
ADMIRABLE	0,1
bajos	0,1
barata	0,1
buenísima	0,1
caras	0,1
Carecer	0,1
coincido	0,1
cómodamente	0,1
cómodo	0,1
Compartir	0,1
constructiva	0,1
controlada	0,1
conveniente	0,1
de seguro	0,1
de verdad	0,1
debidamente	0,1
delicadeza	0,1
derecho	0,1
desarrollado	0,1
dificultades	0,1
directa	0,1
distinta	0,1
duro	0,1
EFICIENTE	0,1
equivocado	0,1
especial	0,1
especiales	0,1
exactamente	0,1
facill	0,1
fácilmente	0,1

feo	0,1
fundamental	0,1
fundamentales	0,1
fundamentalmente	0,1
hábilmente	0,1
honesta	0,1
honesto	0,1
honestos	0,1
honradas	0,1
humildes	0,1
justamente	0,1
justas	0,1
justos	0,1
legítimamente	0,1
lentos	0,1
levemente	0,1
licita	0,1
limpiamente	0,1
MAXIMA	0,1
merecido	0,1
mínima	0,1
muchas	0,1
natural	0,1
negativo	0,1
normales	0,1
objetivamente	0,1
obvios	0,1
oportunos	0,1
pacíficas	0,1
pequeña	0,1
perfectos	0,1
permanente	0,1
pertinente	0,1
precisamente	0,1
profunda	0,1
profundamente	0,1
profundos	0,1
punitiva	0,1
puras	0,1
puro	0,1
reales	0,1
responsable	0,1
seguro	0,1
seguros	0,1
seriamente	0,1
serias	0,1
serios	0,1
tenazmente	0,1
trabajadoras	0,1
válidos	0,1
<b>polarizado</b>	<b>65,3</b>
peor	3,6
mejor	2,9
chanta	1,3
condenable	1,1
mejores	0,9
raro	0,8
chantas	0,7

cobarde	0,7
ignorante	0,7
ignorantes	0,7
valiente	0,7
Valientes	0,7
excelente	0,5
imposible	0,5
impresionante	0,5
mediocre	0,5
ridículo	0,5
supuestamente	0,5
tontos	0,5
cobardes	0,4
enorme	0,4
Genial	0,4
inaceptable	0,4
mediocres	0,4
mentiroso	0,4
peores	0,4
profundamente	0,4
tonteras	0,4
absurda	0,3
ASQUEROSO	0,3
burda	0,3
contundente	0,3
corrupto	0,3
cretinos	0,3
difícilmente	0,3
doloroso	0,3
dudosa	0,3
fachos	0,3
FALSAS	0,3
flojos	0,3
horrible	0,3
imperioso	0,3
increíble	0,3
maldita	0,3
miserable	0,3
nefasto	0,3
notable	0,3
patético	0,3
pencas	0,3
previsible	0,3
pseudo	0,3
pseudos	0,3
reprochable	0,3
supuesta	0,3
terrible	0,3
tontera	0,3
tremendo	0,3
vergüenza	0,3
a medio mundo	0,1
abismantes	0,1
absolutamente	0,1
absoluto	0,1
absurdamente	0,1
absurdo	0,1
alarmante	0,1

Análisis comparativo de las estrategias metadiscursivas en los comentarios de noticias  
en la prensa digital española y chilena

amargados	0,1
amargo	0,1
apitutado	0,1
arcaico	0,1
arribista	0,1
arrogantes	0,1
así de simple	0,1
asquerosidad	0,1
atroz	0,1
austera	0,1
bajisimas	0,1
basura	0,1
brillantes	0,1
brutal	0,1
brutales	0,1
brutalmente	0,1
cagada	0,1
cagaos del mate	0,1
CALLAMPAS	0,1
care rajismo	0,1
Carecer	0,1
carente	0,1
chacra	0,1
chanchullos	0,1
chaquetero	0,1
charlatanes	0,1
chistosos	0,1
chuchas	0,1
CIEGOS	0,1
cínico	0,1
CINICOS	0,1
COMPLICIDAD	0,1
con cueva	0,1
contundentes	0,1
CORRPUPTOS	0,1
corrupta	0,1
corruptos	0,1
cruda	0,1
cuantiosos	0,1
culo	0,1
cuna de oro	0,1
débil	0,1
decente	0,1
derechamente	0,1
desamparadas	0,1
desastre	0,1
descerebrados	0,1
descriteriados	0,1
desesperado	0,1
dictatoriales	0,1
diferir	0,1
dificultad	0,1
digna	0,1
dignas	0,1
discutible	0,1
disparate	0,1
duramente	0,1

duro	0,1
enfermas	0,1
enormemente	0,1
equivocado	0,1
equivocados	0,1
escasa	0,1
escasamente	0,1
Escasear	0,1
escaso	0,1
espantosos	0,1
ESTAFA	0,1
excelentes	0,1
excesiva	0,1
excesivas	0,1
exclusivas	0,1
exclusivo	0,1
exitoso	0,1
fabuloso	0,1
fácilmente	0,1
falsa	0,1
fantasma	0,1
fascista	0,1
fiasco	0,1
Flaco	0,1
flaites	0,1
flojera	0,1
flojo	0,1
flojos inutiles	0,1
gansters	0,1
GIGANTES	0,1
gigantesco	0,1
gigantescos	0,1
GLORIOSOS	0,1
grantistas	0,1
groseramente	0,1
HDP	0,1
hermoso	0,1
hipócrita	0,1
hipocritas	0,1
histérica	0,1
hocico	0,1
homogeneizante	0,1
HONESTAMENTE	0,1
honestas	0,1
hongos	0,1
honoroso	0,1
honradamente	0,1
huevadas	0,1
humanoide	0,1
huoenes	0,1
IDIOTAS	0,1
ilegalmente	0,1
imborrables	0,1
impecable	0,1
impresentable	0,1
impresentables	0,1
impúdicamente	0,1

incapaz	0,1
Incoherente	0,1
increible	0,1
increiblemente	0,1
inculto	0,1
indefenso	0,1
indignante	0,1
INDIGNANTES	0,1
indispensable	0,1
indudable	0,1
ineficientes	0,1
inepto	0,1
ineptos	0,1
inevitable	0,1
inferior	0,1
injustamente	0,1
injustas	0,1
injusto	0,1
innecesario	0,1
innumerables	0,1
inservibles	0,1
insoportable	0,1
insostenible	0,1
inteligentísimo	0,1
intransigente	0,1
inútiles	0,1
ironico	0,1
irrelevante	0,1
IRREPARABLE	0,1
irreparables	0,1
irresponsable	0,1
irrestricto	0,1
jugosos	0,1
JUSTO	0,1
la pura y santa verdad	0,1
LADRONES	0,1
legitimo	0,1
lesera	0,1
limitada	0,1
livianamente	0,1
llorones	0,1
macuquería	0,1
magnífica	0,1
magnifico	0,1
maldito	0,1
Malditos	0,1
maliciosamente	0,1
malnacidos	0,1
MALVADOS	0,1
mansa	0,1
mañosamente	0,1
maravilloso	0,1
maricones	0,1
marquera	0,1
medio pelo	0,1
MENTIROSOS	0,1
miserables	0,1

modestas	0,1
'modestas'	0,1
monstruo	0,1
mundo de bil y pap	0,1
nefasta	0,1
NEGLIGENCIA	0,1
negligente	0,1
nula	0,1
nulas	0,1
odiosos	0,1
paradojicamente	0,1
paradójico	0,1
patéticos	0,1
patos malos	0,1
payaso	0,1
pelafustan	0,1
Pelmazo	0,1
pendeja	0,1
penoso	0,1
perfectamente	0,1
pésima	0,1
pésimo	0,1
pésimos	0,1
pila de giles	0,1
pobredumbre	0,1
pobreza	0,1
poderosos	0,1
precarias	0,1
predecible	0,1
profundo	0,1
<b>significancia</b>	<b>7,2</b>
<b>centralizado</b>	<b>4,8</b>
importante	1,6
necesario	0,5
básicos	0,4
CLARA	0,4
importantes	0,4
claro	0,3
válido	0,3
básicamente	0,1
básicas	0,1
claras	0,1
fundamental	0,1
necesaria	0,1
necesariamente	0,1
relevantes	0,1
<b>polarizado</b>	<b>2,4</b>
principalmente	0,7
evidente	0,3
principal	0,3
unico	0,3
basico	0,1
esencial	0,1
notorio	0,1
principales	0,1
unica	0,1
único	0,1
válidos	0,1

profundos	0,1
puras	0,1
quedirisima	0,1
rabia	0,1
racistas	0,1
rara	0,1
raras	0,1
rasca	0,1
real	0,1
recontramoderno	0,1
repudiable	0,1
RESENTIDO	0,1
resntidos	0,1
ridícula	0,1
ridiculez.	0,1
ridiculo	0,1
rídículo	0,1
ridículos	0,1
salvaje	0,1
sepulcral	0,1
SEUDO	0,1
severa	0,1
severas	0,1
simplistas	0,1
SINVERGUENZAS	0,1
sistémicamente	0,1
soberbio	0,1
sólida	0,1
subversivos	0,1
sufridos	0,1

superior	0,1
supuestament	0,1
SUSTANTIVAS	0,1
sustentable	0,1
tarado	0,1
tarados	0,1
tejado de vidrio	0,1
temerosa	0,1
tenazmente	0,1
tendenciosa	0,1
tendenciosamente	0,1
tonta	0,1
tontas y a lesas	0,1
TONTITOS	0,1
TORPES	0,1
tremenda	0,1
tremendas	0,1
trucho	0,1
VAGOS	0,1
vale callampa	0,1
vende patria	0,1
vergonzosa	0,1
vergonzoso	0,1
VERGONZOZA	0,1
violentistas	0,1
vulnerables	0,1
weas	0,1
wevadas	0,1



