

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 1200 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 fálicos 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 sub-corpus 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.