

## Índice de Contenido

<b>1. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
<b>2. PRAGMÁTICA.....</b>	<b>8</b>
2.1. El significado y la referencia: Frege y Wittgenstein.....	10
2.2. Aproximación general a la noción de contexto: función en la comprensión del significado.....	13
2.3. Principales aportaciones .....	18
<b>3. COMUNICACIÓN MEDIADA POR ORDENADOR.....</b>	<b>23</b>
3.1. Las investigaciones sobre la comunicación en Internet: una perspectiva histórica .....	25
3.2. Principales temas de estudio: ¿más escrito que oral?, ¿sincrónico o asincrónico?, ¿cómo se gestiona la identidad? .....	29
3.3. El español coloquial en la conversación y su utilidad para el estudio de la CMO .....	35
3.4. La influencia de la Web 2.0 en la comunicación.....	40
3.5. El comentario a noticias digitales: un acercamiento desde la CMO.....	45
<b>4. EL PERIODISMO DIGITAL.....</b>	<b>49</b>
4.1. El lenguaje en la prensa digital.....	50
4.2. Comunicación de masas y comunicación interpersonal .....	52
4.3. Periodismo participativo .....	56
4.4. Comentarios en la prensa digital: acercamiento desde los estudios periodísticos .....	61
<b>5. EL METADISCURSO .....</b>	<b>65</b>
5.1. La Lingüística Sistémica.....	66
5.2. Principales antecedentes de los estudios metadiscursivos .....	68
5.3. Principales modelos propuestos para el análisis de las estrategias metadiscursivas.....	70
5.3.1. Modelo interpersonal de Hyland .....	71
5.3.2. Modelo no integrativo de Ädel (2006).....	77
5.4. Tipos de estudios metadiscursivos .....	83
5.4.1. Los estudios metadiscursivos contrastivos en ámbitos académicos .....	83
5.4.2. Los estudios metadiscursivos no contrastivos en ámbitos académicos.....	88
5.4.3. Los estudios metadiscursivos fuera del ámbito académico.....	91
5.5. Clasificación de las estrategias metadiscursivas .....	100
<b>6. EL ESPAÑOL COMO LENGUA INTERNACIONAL.....</b>	<b>103</b>
6.1. Situación general del español en el mundo .....	105
6.2. Variedades del español: el español en España y en Chile.....	107
<b>7. METODOLOGÍA .....</b>	<b>112</b>
7.1. La lingüística de corpus: herramientas y etiquetado.....	113
7.2. Materiales.....	116
7.3. Método de análisis .....	124
7.3.1. Modelo de análisis de las estrategias metadiscursivas .....	126
7.3.2. Recursos textuales .....	127
7.3.3. Recursos interpersonales.....	131
<b>8. RESULTADOS.....</b>	<b>135</b>
8.1. Resultados de los elementos metadiscursivos en los comentarios de noticias digitales.....	136
8.2. Resultados de las sub-categorías del metadiscurso textual.....	139
8.2.1. Conectores: análisis cuantitativo .....	140

8.2.2	Conectores: análisis cualitativo .....	148
8.2.3	Códigos de glosa: análisis cuantitativo .....	155
8.2.4	Códigos de glosa: análisis cualitativo .....	159
8.2.5	Ordenadores discursivos: análisis cuantitativo .....	166
8.2.6	Ordenadores discursivos: análisis cualitativo .....	168
8.2.7	Topicalizadores: análisis cuantitativo .....	171
8.2.8	Topicalizadores: análisis cualitativo .....	173
8.2.9	Marcadores endofóricos: análisis cuantitativo .....	176
8.2.10	Marcadores endofóricos: análisis cualitativo .....	178
8.2.11	Marcadores exofóricos: análisis cuantitativo .....	180
8.2.12	Marcadores exofóricos: análisis cualitativo .....	184
8.2.13	Marcadores fáticos: análisis cuantitativo .....	187
8.2.14	Marcadores fáticos: análisis cualitativo .....	190
8.2.15	Marcadores de evidencialidad: análisis cuantitativo .....	195
8.2.16	Marcadores de evidencialidad: análisis cualitativo .....	197
8.3	Metadiscurso interpersonal .....	199
8.3.1	Atenuadores: análisis cuantitativo .....	200
8.3.2	Atenuadores: análisis cualitativo .....	207
8.3.3	Intensificadores: análisis cuantitativo .....	214
8.3.4	Intensificadores: análisis cualitativo .....	222
8.3.5	Marcadores de actitud: análisis cuantitativo .....	232
8.3.6	Marcadores de actitud: análisis cualitativo .....	240
8.3.7	Automenciones: análisis cuantitativo .....	247
8.3.8	Automenciones: análisis cualitativo .....	250
8.3.9	Marcadores de compromiso: análisis cuantitativo .....	253
8.3.10	Marcadores de compromiso: análisis cualitativo .....	262
8.3.11	Mención a terceros: análisis cuantitativo .....	267
8.3.12	Mención a terceros: análisis cualitativo .....	271
<b>9.</b>	<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>271</b>
	<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>285</b>
	<b>ANEXOS .....</b>	<b>298</b>