

INTRODUCCIÓN

Ana Pano Alamán *Università di Bologna*

Ana Mancera Rueda *Universidad de Sevilla*

En los últimos años, se ha asistido a un incremento de investigaciones dedicadas a analizar la comunicación digital en español desde enfoques lingüísticos, discursivos, sociolingüísticos y pragmáticos, principalmente, que abordan la manera en la que los hablantes interactúan en espacios en línea mediados por ordenador o por dispositivos móviles y cómo las tecnologías más recientes permiten rastrear e incluso guiar el comportamiento comunicativo de los internautas en la red (López Alonso, Séré 2006; Yus Ramos 2010; Mancera Rueda, Pano Alamán 2013, 2020; Estrada, de Benito Moreno 2016; Giammatteo *et al.* 2017; Robles Ávila, Moreno Ortiz 2019).

Desde los primeros estudios centrados en analizar, a menudo en clave prescriptiva, un supuesto lenguaje de internet que presentaba características propias, particularmente alejadas de la norma, los análisis que surgen a mediados de los años 2000 se han ido orientando hacia enfoques más descriptivos de los mecanismos lingüísticos y pragmáticos que se emplean en el discurso digital, entendido como otra de las muchas manifestaciones posibles del habla (Pano Alamán, Muñoz Moya 2016).

Asimismo, tras la implantación y difusión del paradigma 2.0, no solo se han ampliado los entornos digitales a través de los cuales es posible comunicar e interactuar, sino que también ha ganado terreno en la investigación el papel creciente que tienen los dispositivos tecnológicos y los elementos multimedia en la comunicación digital, sobre todo en discursos de especialidad como el del turismo, la política, la salud, el derecho o el periodismo, cuyos géneros y tipologías textuales han conocido una verdadera transformación (Mariottini 2011; Mancera Rueda 2011; Mapelli 2015; Calvi 2016; Gallardo Paúls, Enguix 2016). Por otro lado, se han ampliado los enfoques pragmáticos y sociopragmáticos, más atentos a fenómenos como la (des)cortesía (Mancera Rueda 2015; Chierichetti 2016), la ironía verbal (Pano Alamán 2015), la atenuación (Helfrich, Pano Alamán 2018) o la formulación de cumplidos (Placencia 2019), entre otros, que contribuyen a configurar la identidad personal y social de los hablantes en los entornos digitales. En este sentido, diversos análisis se han ocupado también de las narrativas migrantes y del contacto de lenguas en las redes (Garcés-Conejos Blitvich, Bou-Franch 2014; Busso 2016; Mapelli 2019), poniendo en evidencia la importancia

de estos espacios para mantener y reforzar las relaciones sociales.

Más recientemente, estudios que se sitúan en el paradigma de la web 3.0 y que se relacionan con nociones como la de web semántica, minería de datos y análisis de sentimientos, se han centrado en el diseño y aplicación de herramientas de anotación y análisis automatizado de los miles de datos que se generan en la red, por ejemplo, en las opiniones y reseñas en línea (Moreno-Ortiz 2019), y que se utilizan hoy en día como modelo de predicción de opiniones sobre cuestiones socioeconómicas, políticas y culturales.

La proliferación de estudios dedicados a analizar las múltiples manifestaciones del español en la red, basados en una gran variedad de enfoques y metodologías, ha permitido comprender cómo las tecnologías digitales transforman nuestras prácticas comunicativas. Sin embargo, son aún numerosos los aspectos que pueden explorarse y las cuestiones, sobre todo de carácter teórico, metodológico y ético del análisis del discurso digital que requieren una mayor atención.

En relación con los conceptos y modelos teóricos aplicados en este ámbito, cabe recordar que los primeros estudios publicados sobre la interacción en chats, correo electrónico o foros de debate subrayaban la naturaleza entre hablada y escrita de los mensajes, de ahí que surgieran etiquetas como *texto escrito oralizado* (Gómez Torrego 2001) o *lengua oral tecleada* (Laborda Gil 2003). Otras denominaciones, como *conversación escrita* (Sanmartín Sáez 2007) o *interacción digital escrita* (Cantamutto, Vela Delfa 2016), ponen el foco en la idea de interacción a través de un tipo de escritura en el que predomina el registro coloquial prototípico de la conversación. No en vano, en la actualidad, la noción de *variación concepcional*, entendida como una escala gradual constituida por diferentes modalidades de uso de la lengua, permite analizar los intercambios comunicativos mediados por ordenador o por móvil, en función de las condiciones de producción y recepción de los mensajes, esto es, a través de parámetros tecnológicos y sociosituacionales, como el carácter síncrono o asíncrono y público o privado del canal, la intención comunicativa de los hablantes o las relaciones entre interlocutores, por nombrar solo algunos. Estos factores llevan a situar los usos lingüísticos dentro del *continuum* concepcional que se da entre los polos de la inmediatez y la distancia comunicativa (Koch, Oesterreicher 1990). En este sentido, algunos que adoptan esta perspectiva pluriparamétrica y multidimensional (Mancera Rueda, Pano Alamán 2013; Briz Gómez 2014) indican que la mayor parte de los mensajes que se intercambian en las redes se sitúa en el polo de la inmediatez y dentro de la modalidad coloquial de la lengua.

La comunicación mediada por ordenador también ha transformado la percepción del tiempo relativo a la interacción. El carácter síncrono o asíncrono del

canal determina en parte la naturaleza más o menos inmediata o dialógica de la comunicación; sin embargo, las propuestas teóricas más recientes destacan la necesidad de considerar la progresiva integración de los canales y la tendencia a estar siempre conectados, lo cual obliga a revisar la noción de contexto temporal en el análisis del discurso digital (Alcántara Plá 2017). En esta línea, Gurevich (2016) afirma que la constante actualización del estado en Facebook, por ejemplo, garantiza un uso intensivo de la plataforma e integra los distintos tiempos de interacción en ella en lo que llama *tiempo todo*. De hecho, si por un lado, Facebook, Twitter, Instagram o *whatsapp*, que son las redes sociales más utilizadas, urgen a relatar lo que acontece en el *aquí y ahora* más inmediato o a reaccionar sin dilación a otro mensaje por medio de dispositivos como *me gusta* o de *emojis* (Sampietro 2016), por otro, la convergencia de canales y la multimodalidad permiten que la interacción pueda llevarse a cabo de forma simultánea, rápida y discontinua desde un mismo dispositivo, de modo que muchos de los contenidos que se producen en estas plataformas son hipermediatizados y *pildorizados* (Slimovich 2016). En el plano discursivo predominan, pues, los enunciados breves, coloquiales y conversacionales. A partir de estos planteamientos, se han analizado las manifestaciones de la oralidad en blogs de viaje (Pérez Vázquez 2014) o en la comunicación institucional de la policía en Twitter (Bani 2019), los rasgos coloquializadores del discurso en blogs y comentarios de las versiones digitales de medios tradicionales (Sal Paz 2007; Mancera Rueda 2011), los marcadores discursivos y la dinámica interactiva en comentarios en la prensa digital (Moya Muñoz 2015), las formas de tratamiento (Cautín Epifani 2015), la coherencia y la cohesión textual (Vela Delfa 2017) en las redes sociales, el encuadre léxico-semántico de *tuits* electorales (Alcántara Plá *et al.* 2018) o la reconfiguración discursiva de géneros correspondientes al ámbito del turismo (Sanmartín Sáez 2013; Calvi 2016, 2019).

En la red también se adoptan determinadas estrategias pragmáticas que inciden en la interacción y en la negociación y que plantean una revisión de las nociones de identidad e imagen social (Placencia, Fuentes Rodríguez 2014). Dichas estrategias se conectan con la (des)cortesía, en especial, en las redes sociales (Mancera Rueda 2015), puesto que, como han demostrado algunos estudios en el ámbito del español (Mariottini 2006; López Quero 2007; Mancera Rueda 2009; Vigarra Tauste, Hernández Toribio 2011), el empleo de ciertos diminutivos o marcadores discursivos y el uso frecuente de argumentos *ad hominem*, por ejemplo, puede tener efectos tanto positivos como negativos en las imágenes de quienes intercambian mensajes en chats, foros de debate, correo electrónico o en Twitter. Al tratarse de entornos en los que una “publicación”, una entrada, un *tuit* o un comentario se someten a juicio público, el intercambio suele

caracterizarse por la polarización y el predominio de actos descorteses que, si bien suelen tener un efecto negativo en la imagen de los hablantes, pueden vehicular también efectos positivos. Este puede ser el caso del llamado *flaming*, práctica que consiste en dirigir un mensaje deliberadamente hostil a uno o varios usuarios en los foros de debate y en las redes sociales y que en YouTube, por ejemplo, puede ser interpretado también positivamente por parte de los usuarios inscritos a un determinado canal, como mecanismo para entretener o divertir a otros usuarios (Helfrich 2014). Asimismo, es posible analizar las interacciones de contenido político-ideológico en las redes desde la descortesía de fustigación, por afiliación exacerbada del hablante a su propio grupo ideológico y por refractariedad de aquel al grupo antagonista (Kaul de Marlangeon, Cordisco 2014). Desde este enfoque, aplicado en estudios recientes (Hernández 2020), se sostiene que, en estos contextos, el hablante produce actividades de imagen en las que se percibe y es percibido como adepto a un grupo que asume su calidad de miembro con conciencia y orgullo, al punto que escoge la descortesía en su defensa. En definitiva, las estrategias adoptadas contribuyen a la negociación del poder y de las relaciones sociales.

En cuanto a los métodos adoptados, los estudios sobre el discurso digital en español mencionados se han apoyado a menudo en los supuestos del análisis de la conversación, el análisis lingüístico del discurso, la lingüística de corte variacional, la pragmática y la pragmática sociocultural. Estos análisis suelen combinar también de forma frecuente métodos cuantitativos y cualitativos basados en corpus, alejándose de las prácticas de la primera etapa de la investigación, caracterizada por el empleo de ejemplos aislados de interacciones (Pano Alamán, Moya Muñoz 2016: 13).

Hoy en día se recopilan muestras de muy distintos tamaños y representatividad de mensajes de chat, sms, correo electrónico, foros, comentarios en la prensa digital, entradas y comentarios en blogs, redes (Twitter, Facebook, Tuenti, YouTube e Instagram, principalmente) y aplicaciones de mensajería como Whatsapp. Este tipo de corpus permiten analizar, por ejemplo, la gestión de turnos (Vela Delfa, Cantamutto 2016). Un aspecto relevante señalado en algunos de estos análisis es el de los límites que presentan los métodos aplicados generalmente al estudio de corpus de lengua escrita y hablada (i.e. conversaciones orales coloquiales) a los datos extraídos de entornos digitales. En particular, si se tiene en cuenta que los mensajes que se intercambian en dichos entornos suelen combinar palabras clave, textos, enlaces hipertextuales, imágenes, vídeos, *gif* o memes y que, en ocasiones, pueden llegar a compartirse con miles de usuarios en pocos segundos, viralizándose y generando un discurso colectivo en el que se mezclan los

modos y los registros (Mancera Rueda, Pano Alamán 2013: 26). Este aspecto y la constante evolución de la web obligan a reflexionar sobre el tipo de dato, verbal, multimodal, hipertextual que se analiza, los métodos de recolección de ese dato, la constitución de corpus, su análisis y divulgación. Asimismo, invitan a superar la descripción de interfaces y a considerar las “propiedades transversales de la comunicación digital” (Cantamutto, Vela Delfa 2016: 303). Este modelo permite describir y situar los discursos digitales en un continuo en base a los modos de realización de la comunicación, por ejemplo, si es monomodal o multimodal, breve o extensa, estática o dinámica; los modos de enunciación, que se sitúan entre los polos continuo o discontinuo y transitivo o intransitivo, entre otros; y las relaciones interpersonales, que pueden ser más o menos grupales o no grupales, públicas o privadas, por ejemplo.

Estas reflexiones pueden ser de gran utilidad en la fase de recolección y anotación de muestras de discurso digital ya que, a pesar de que crear un corpus con mensajes extraídos de la web puede parecer sencillo, pues los textos están digitalizados y son accesibles en línea, es necesario interrogarse sobre la extensión y representatividad del conjunto de muestras, por ejemplo, cuando se publican miles de mensajes en un mismo espacio en pocas horas, y distinguir los datos que genera el sistema, esto es, las líneas de entrada y salida de un canal de chat o la fecha de envío de un *tuit*, de los que genera el usuario. Otra cuestión metodológica importante en este ámbito de estudio concierne a la posibilidad de acceder y extraer los datos sobre la identidad de los hablantes. Por ejemplo, plataformas como Twitter proporcionan datos sobre su ubicación geográfica, que pueden ser esenciales en los estudios lingüísticos variacionales (Estrada Arráez, de Benito Moreno 2016: 107).

En el ámbito del español, la mayor parte de las investigaciones mencionadas se ha apoyado en corpus de dimensiones distintas, creados de forma manual o automáticamente a partir de la extracción de mensajes de chat, blogs, foros, comentarios, SMS, reseñas digitales, redes y *whatsapp*, especialmente. En general, la objetividad y representatividad de los corpus dependen en gran parte de los objetivos del estudio (Pano Alamán, Moya Muñoz 2016: 12-13), aunque existen algunas propuestas que plantean métodos de extracción y almacenaje estandarizados, aplicables a estudios de discurso digital en español con objetivos diversos. Se trata de proyectos como el del repositorio abierto y colaborativo CÓDICE, cuyos objetivos son poner a disposición de la comunidad científica datos recopilados en investigaciones previas de discurso digital en español y establecer un modelo de descripción de los datos, así como desarrollar estándares éticos para asegurar la anonimización de los datos personales relativos a las muestras (Vela

Delfa, Cantamutto 2015). Otra propuesta centrada en la anotación formal y lingüística de muestras de discurso digital y que tiene en cuenta la inclusión de muestras de distintas variedades del español es CorpusRedEs (Pano Alamán, Muñoz Moya 2015). En este caso, se plantea adoptar el estándar de codificación de textos XML-TEI (*Text Encoding Initiative*)¹ y emplear etiquetas y descriptores específicos que distinguen entre el texto plano de un mensaje con enlaces (URL, *hashtag*) y el archivo de audio, vídeo, fotografía y otros elementos incrustados en el mensaje, asumiendo que este tipo de elementos son predominantes en el discurso digital actual y no pueden ignorarse en el proceso de anotación formal. Es necesario tener en cuenta que los mensajes que intercambiamos en la red contienen, como decíamos, texto escrito, menciones, audios y vídeos, URL, etiquetas, memes y *emojis*, además de presentar numerosos rasgos coloquializadores que pueden plantear problemas en el proceso de etiquetado automático, sabiendo que las herramientas que utilizamos normalmente para lematizar un corpus están entrenadas sobre corpus de español normativo. Este aspecto se ha tenido en cuenta en la creación de la plataforma Marco Polo, de discurso político electoral (Alcántara Plá *et al.* 2018), que permite acceder a las coocurrencias de las palabras más frecuentes de un amplio corpus de *tuits* anotados morfológicamente, así como realizar búsquedas por palabras y comparar su frecuencia de uso mediante gráficos. Los proyectos más recientes se ocupan del análisis de la expresión de la opinión en corpus muy extensos de discurso digital, con programas mediante los cuales es posible realizar anotaciones léxico-semánticas sofisticadas para identificar la polaridad positiva, negativa o neutra de los mensajes (Moreno-Ortiz 2019), aunque, la ambigüedad de algunas palabras y los significados de elementos multimodales propios de estos entornos, como es el pulgar hacia arriba en las reseñas, siguen planteando grandes desafíos a este tipo de programas.

Por último, desde un punto de vista metodológico, son pocos aún los estudios que se ocupan de cuestiones éticas de recogida, fijación, almacenaje, gestión y difusión de los corpus de discurso digital. Las investigaciones citadas plantean algunas propuestas válidas en este sentido, aunque se trata de soluciones aplicadas a proyectos específicos, que dificultan la adopción de estándares. Por ejemplo, en estudios basados en la observación participante en redes de acceso restringido, como Facebook para algunas cuentas, o en intercambios entre privados a través de *whatsapp*, se solicita el consentimiento informado y se anonimizan los datos personales (Vela Delfa 2017; Mapelli 2019), mientras que en investigaciones de discurso institucional, por ejemplo, en redes sociales, los datos sobre el perfil y la

1 Información disponible en: <https://wiki.tei-c.org/index.php/SIG:Computer-Mediated_Communication>

identidad de los hablantes suelen mantenerse, puesto que se trata de personas que desempeñan actividades públicas (Mancera Rueda, Pano Alamán 2013; Gallardo Paúls, Enguix Oliver 2016). En definitiva, gran parte de estas investigaciones se apoyan en corpus cerrados con objetivos específicos y con una difusión circunscrita al ámbito académico, por lo que adaptan algunos de los estándares éticos vigentes en la recolección de datos de español escrito y oral. Proyectos más recientes, como la plataforma Marco Polo, hacen referencia a la Ley de Protección de Datos y a la nueva normativa vigente (RGPD 2016/679, 27 de abril de 2016), así como a las normas que impone Twitter sobre la redistribución de los *tuits* (Alcántara Plá *et al.* 2018: 9). Sin duda, estas cuestiones requieren mayor espacio en los estudios, teniendo en cuenta los límites cada vez más difusos entre la privacidad y la publicidad, en un mundo de tecnologías cada vez más ubicuas, las exigencias del anonimato y la confidencialidad de los datos, en virtud de las condiciones de uso de las numerosas plataformas y aplicaciones existentes.

El análisis del discurso digital en el ámbito del español tiene un amplio recorrido, como se ha intentado mostrar a través de esta rápida panorámica. Sin embargo, la multiplicidad de enfoques, métodos y aplicaciones adoptados hasta la fecha no han agotado las numerosas cuestiones que plantea la comunicación en contextos que están en constante transformación.

A partir de esta constatación, este número monográfico de *Cuadernos AISPI* intenta, por un lado, profundizar en algunos de los aspectos más llamativos sobre los cambios que se observan en el discurso público (político, institucional, promocional) mediado por las tecnologías y en ámbitos como el de la salud; por otro lado, trata de dar respuesta a los retos metodológicos mencionados como son, por ejemplo, la incorporación en los análisis del componente multimodal, especialmente hoy en día, a consecuencia de la relevancia de las redes sociales visuales y de contenidos muy populares, como los memes.

En el primer artículo que recogemos en el presente monográfico, “Metodología híbrida para el análisis del discurso digital. El ejemplo de ‘democracia’ en Twitter”, Manuel Alcántara-Plá demuestra el doble interés de incorporar métodos híbridos cuantitativos y cualitativos a un ámbito de análisis, el del análisis crítico del discurso y el del análisis del discurso digital, que suelen adoptar preferentemente metodologías cualitativas. A partir de las frecuencias de aparición de la palabra *democracia* en un corpus de *tuits* de los principales partidos políticos en España, lleva a cabo un análisis pormenorizado del término con el objeto de determinar la interpretación que cada partido le da a este concepto. Alcántara-Plá reivindica la necesidad de realizar cambios metodológicos debido al acceso a grandes cantidades de datos en el ámbito electrónico. Entre estos cambios des-

taca la necesidad de considerar las unidades de análisis de los géneros digitales como distintas a las de los géneros analógicos; que se atienda cada vez más a la comunicación multimodal; o que se considere el fenómeno conocido como *remediación*, capaz de difuminar los límites del contexto comunicativo asociado a un medio específico. El estudio del término *democracia* en los mensajes en Twitter de los principales partidos políticos españoles del último periodo electoral de 2019 apunta a que buena parte del debate político de la campaña se centró en cuestiones esenciales de la democracia como la identidad de lo español, la extensión y defensa del territorio, los derechos civiles, la libertad de expresión y el modelo de Estado, sobre las que cada partido elaboró un encuadre distinto.

El segundo artículo, “El discurso en positivo de Vox: los medios difundidos en Twitter por la extrema derecha”, de Joan M. Oleaque-Moreno, se relaciona también con el discurso político en el *microblog*, aunque se centra en un único enunciador, el partido de extrema derecha Vox, puesto que este utiliza la red social de forma muy distinta respecto a otros partidos. Desde la metodología del análisis crítico del discurso (ACD), Oleaque-Moreno revisa la hipótesis según la cual este partido sabe desenvolverse eficazmente en este medio, gracias a una estrategia de publicación de *tuits* y *retuits* de mensajes de determinados medios de comunicación que considera cercanos a su ideología. De esta forma trata de influir en la opinión pública mediante una comunicación de carácter afectivo, basada en el nacionalismo patriótico, la identificación de la clase política tradicional con una élite decadente, la necesidad de un líder que haga frente a una supuesta amenaza migratoria y la exaltación de una serie de valores conservadores.

Más orientado hacia el discurso público de las instituciones en el *microblog*, el tercer artículo, “La comunicación institucional en las redes sociales: los cuerpos de seguridad en Twitter”, de Sara Bani, tiene como objetivo determinar en qué medida el entorno digital afecta a las prácticas comunicativas de la policía. Se trata de un estudio exploratorio que considera tres corpus de *tuits* de la policía española, mexicana y argentina desde el análisis del discurso mediado por ordenador y en perspectiva comparativa, muy necesaria también en este ámbito. Bani analiza la frecuencia y el tipo de mensajes que publican los cuerpos de seguridad de estos tres países, el contenido comunicativo y el estilo adoptado en los mensajes, el empleo de dispositivos multimodales y el tipo de estrategias lingüísticas adoptadas, un dato que le permite situar los mensajes analizados en el *continuum* inmediatez/distancia comunicativa. Como señala la autora, Twitter es la plataforma que en este momento se halla más claramente asociada a la capacidad de movilizar y alcanzar a un público muy amplio, por ello, las instituciones la emplean, entre otros objetivos, para proyectar una clara identidad institucional, proporcionar

información al público, facilitar la interacción con los propios seguidores y compartir contenidos con otras instituciones o con los ciudadanos.

En el artículo “La argumentación lingüística en el discurso promocional difundido a través de la plataforma Change.org”, de Ana Mancera Rueda, se indaga en otro tipo de discurso público, en este caso, el promocional, que caracteriza los mensajes de la plataforma de peticiones Change.org. El propósito de esta investigadora es identificar los recursos argumentativos más utilizados en esta plataforma creada en 2007 con el fin de concienciar y persuadir a los usuarios de la red de la necesidad de contribuir con su firma a reparar un desorden social o reivindicar un derecho. A través de un recorrido exhaustivo por la historia y los logros de este medio surgido en la web y mediante el análisis de un centenar de peticiones publicadas entre 2018 y 2019, la autora identifica los mecanismos lingüísticos de carácter argumentativo que los ciudadanos utilizan para formular una petición a los representantes políticos e ilustra ampliamente cómo este tipo de textos digitales versan sobre muy distintas cuestiones relativas a la sanidad, la economía, la inmigración, la educación, la justicia o el medioambiente, lo cual permite a cualquier ciudadano interpelar a las instituciones y a la sociedad civil, en general, para hacer política.

Otro elemento innovador que atrae el interés de los analistas del discurso digital es el llamado *clickbait* o *ciberanzuelo*. En su artículo “El clickbait: clases de palabras para la construcción de un titular engañoso”, Sara Robles Ávila señala que este tipo de titulares, publicados en periódicos o en plataformas digitales, y con los que las empresas generan ingresos por publicidad a partir de las visitas de los lectores a las noticias expandidas que se ocultan tras un clic, tienen un fuerte carácter manipulador de la voluntad del lector. Ante el mensaje desconcertante o sugerente que se le presenta generalmente en la pantalla del móvil, este accede fácilmente a la información que se despliega tras el *clic*. La autora analiza en un corpus los aspectos formales de estos textos breves, así como su configuración lingüístico-discursiva singular. En concreto, se centra en las clases de palabras que selecciona el emisor para construir *clickbaits*, puesto que el éxito de estos mensajes depende en buena parte de la selección léxica. El análisis destaca que en su eficacia comunicativa intervienen el empleo de ciertas fórmulas y recursos pragmatolingüísticos apelativos y persuasivos que se apoyan en la *sensacionalización* de la noticia y que consiguen que cuestiones irrelevantes se interpreten como sobresalientes, suscitando el interés del lector.

Como se apuntaba más arriba, los estudios lingüísticos y pragmáticos acerca del discurso de y sobre la salud en entornos digitales han cobrado un gran interés en años recientes. Precisamente el artículo de Olga Ivanova, titulado “El discurso

digital sobre la demencia: Hibridación de géneros y registros en los foros de cuidadores de personas con la Enfermedad de Alzheimer”, contribuye a enriquecer este campo de estudio. A partir de un corpus de datos recogidos en tres foros de la red social Facebook, se analiza la hibridación discursiva, modal y léxica en este tipo de espacios interactivos. El estudio señala que estos foros cuentan con una serie de rasgos prototípicos, basados en la combinación de elementos referenciales, estéticos y genéricos en el mismo texto y en una construcción léxica particular, sobre la que se centra el análisis. Como se muestra a través de numerosos ejemplos, la interacción sobre la sintomatología y el desarrollo de la demencia lleva a los usuarios a emplear en sus intervenciones tanto elementos propios del discurso clínico como del discurso coloquial. Los resultados demuestran que la construcción del discurso en este tipo de foros sigue unas reglas estructurales y léxico-semánticas particulares que sirven para ensalzar la actividad del endogrupo de cuidadores y crear un espacio de apoyo psicosocial para la comunidad.

Desde perspectivas distintas, el número se cierra con dos artículos que abordan la cuestión de la multimodalidad en los textos digitales. En “Relaciones entre texto e imagen en el discurso digital”, Eladio Duque asume que gran parte de los géneros discursivos digitales se caracterizan por combinar diferentes códigos semióticos, cuyo propósito comunicativo es la construcción de textos coherentes. El principal objetivo del estudio, que señala también la necesidad de prestar mayor atención a este aspecto, es analizar la cohesión multimodal de una serie de memes de internet, mediante una adaptación de los repertorios de relaciones discursivas que permita analizar la interacción entre texto e imagen. El investigador indaga, en particular, sobre las conexiones de tipo causal, de contraste o de adición que a menudo señalan los marcadores de discurso. Su propuesta parte de la idea de que las relaciones desarrolladas para el modo verbal son también aplicables a los géneros multimodales, por este motivo sistematiza los principales repertorios de relaciones de discurso para aplicarlos a los diferentes casos objeto de análisis. La integración entre texto e imagen en este género textual prueba la solidez del análisis.

Por último, Brenda Corchado Robles, en su artículo “Orden pragmático vs orden sintáctico: ¿existe una sintaxis en el lenguaje emoji?”, propone averiguar si en un corpus de más de doscientos enunciados producidos en *whastapp* por jóvenes universitarios empleando únicamente *emojis* se sigue un orden sintáctico determinado o si, dada su naturaleza pictórica, se apoyan en una “sintaxis” de carácter más pragmático en la que predomina la información implícita. La investigación, de tipo experimental y controlado, puesto que se pidió a los participantes que escribieran mensajes acerca de tres conceptos, apunta a que el discurso

en español mediante *emojis* presenta una sintaxis normativa (S+V+O), que suele asociarse con la comunicación escrita, lo que lleva a pensar que el estudiante sigue un principio de transferencia lingüística. El conocimiento que el usuario tiene de las estructuras sintácticas del español orienta la producción y comprensión del enunciado producido en un código visual, que es cada vez más convencional en esta aplicación de mensajería instantánea. Sin embargo, Corchado Robles reconoce que, dada la naturaleza híbrida (textual y visual) del mensaje en *whatsapp*, este orden puede alterarse cuando el hablante adopta estrategias pragmáticas que permiten organizar el contenido de otro modo.

En definitiva, los trabajos publicados en el presente monográfico ofrecen nuevas perspectivas desde las que cabe abordar hoy en día el discurso digital en español. Los estudios dan respuesta a buena parte de los desafíos que se han señalado. Por ejemplo, abordan aspectos poco explorados aún, como son la comunicación institucional, el fenómeno del *clickbait* o las relaciones complejas entre texto e imagen en estos textos. Asimismo, buscan dar respuesta a cuestiones teóricas y metodológicas que siguen abiertas dentro de la investigación en este campo, como la hibridación genérica o la necesidad creciente de aplicar técnicas mixtas de análisis del discurso en los medios digitales. En este sentido, esperamos que los estudios que aquí se presentan puedan servir como estímulo para el desarrollo, dentro del hispanismo, de nuevas perspectivas en el ámbito del análisis del discurso mediado por ordenador.

Bibliografía citada

- ALCÁNTARA-PLÁ, MANUEL (2017), “El contexto de los mensajes en la comunicación digital”, *El español en la red*, eds. Mabel Giammatteo, Patricia Gubitosi, Alejandro Parini. Madrid- Frankfurt, Iberoamericana-Vervuert: 303-26.
- ALCÁNTARA-PLÁ, MANUEL; RUIZ SÁNCHEZ, ANA; BENITO REY, MARISOL; AMESSA GARCÍA, VANESSA; MARTÍN JIMENO, ALEJANDRO (2018), “MarcoPolo: una plataforma digital de análisis del discurso electoral en Twitter”, *REDD: Revista de estudios del discurso digital*, 1: 7-29.
- BANI, SARA (2019), “Lenguaje institucional y muestras de oralidad en @policia”, *Illuminazioni*, 49: 192-224.
- BRIZ GÓMEZ, ANTONIO (2014), “Hablar electrónicamente por escrito”, *CHIMERA: Ro-*

- mance Corpora and Linguistic Studies*, 1: 77-89 [15/07/2020] <<https://revistas.uam.es/index.php/chimera/article/view/255/243>>
- BUSSO, MARIANA (2016), “Grupos de migrantes en Facebook: los reacomodamientos íntimos de la identidad nacional”, *InMediaciones de la Comunicación*, 11: 229-49.
- CALVI, MARIA VITTORIA (2016), “Guía de viaje y turismo 2.0. Los borrosos confines de un género”, *Ibérica*, 31: 15-38 [15/07/2020] <http://www.aelfe.org/documents/31_01_IBERICA.pdf>
- CALVI, MARIA VITTORIA (2019), “Oralización y polifonía en la lengua del turismo 2.0: El caso de las plataformas de reserva hotelera”, *Normas: revista de estudios lingüísticos hispánicos*, 9, 1: 1-16 [10/07/2020] <<https://ojs.uv.es/index.php/normas/article/view/16158>>
- CANTAMUTTO, LUCÍA; VELA DELFA, CRISTINA (2016), “El discurso digital como objeto de estudio: de la descripción de interfaces a la definición de propiedades”, *Aposta: Revista de ciencias sociales*, 69: 296-323 [15/07/2020] <<http://www.apostadigital.com/revistav3/hemeroteca/cvela2.pdf>>
- CAUTÍN EPIFANI, VIOLETA (2015), “Poder virtual y formas de tratamiento en el discurso mediado por computadora: exploración en una red comunicativa virtual”, *Forma y Función*, 28(1): 55-78.
- CHIERICHETTI, LUISA (2016), “Oralidad digital, identidad verbal y descortesía en las páginas Facebook de festivales de música”, *Orillas*, 5: 1-16 [15/07/2020] <http://orillas.cab.unipd.it/orillas/articoli/numero_5/10Chierichetti_astilleros.pdf>
- Estrada Arráez, Ana; de Benito Moreno, Carlota (2016), “Variación en las redes sociales: datos twilectales”, *RILI*, 8(28): 77-111.
- GALLARDO PAÚLS, BEATRIZ; ENGUIX OLIVER, SALVADOR (2016), *Pseudopolítica. El discurso político en las redes sociales*, Valencia, Universitat de València.
- GARCÉS-CONEJOS BLITVICH, PILAR; BOU-FRANCH, PATRICIA (2014), “¿!Hispano y Blanco?!: Racialización de la identidad Latina en YouTube”, *Discurso y Sociedad*, 8/3: 427-61. [15-11-2015] <<http://www.dissoc.org/ediciones/v08n03/DS8%283%29Garces&Bou.pdf>>
- GIAMMATTEO, MABEL; GUBITOSI, PATRICIA; PARINI, ALEJANDRO, eds. (2017), *El español en la red*, Madrid-Frankfurt, Iberoamericana-Vervuert.
- GÓMEZ TORREGO, LEONARDO (2001), “La gramática en Internet”, *Lengua y escritura en Internet* [12/07/2020] <http://www.congresosdelalengua.es/valladolid/ponencias/nuevas_fronteras_del_espanol/4_lengua_y_escritura/default.htm>
- GUREVICH, ARIEL (2016), “El tiempo todo en Facebook”, *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*, 69: 217-238 [12/07/2020] <<http://apostadigital.com/revistav3/hemeroteca/gurevich.pdf>>
- HELFRICH, UTA (2014), “Face-work and flaming in social media”, *Face work and social media*, eds. Kristina Bedijs; Gudrun Held; Christiane Maaß. Münster, LIT-Verlag: 297-

- HELFRICH, UTA; PANO ALAMÁN, ANA, eds. (2018), *La atenuación en los discursos digitales*, *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, 73: 5-14 [15/07/2020] <<https://revistas.ucm.es/index.php/CLAC/article/view/59056>>
- HERNÁNDEZ, GABRIEL A. (2020), “Del ‘amigo’ al ‘gil’. Fórmulas de tratamiento y descortesía de fustigación entre jóvenes”, *Textos En Proceso*, 6 (1): 82-95 [10/07/2020] <<https://www.asice.se/index.php/tep/article/view/103>>
- KAUL DE MARLANGEON, SILVIA; CORDISCO, ARIEL (2014), “La descortesía verbal en el contexto político-ideológico de las redes sociales”, *Revista de Filología de la Universidad de la Laguna*, 32: 145-162.
- KOCH, PETER; OESTERREICHER, WULF (2007 [1990]), *Lengua hablada en la Rumania: español, francés, italiano*, Madrid, Gredos.
- LABORDA GIL, XAVIER (2003), “Estilo y cortesía en el correo electrónico”, *Tonos digital*, 6 [15/07/2020] <<http://www.um.es/tonosdigital/znum6/estudios/Labordad.htm>>
- LÓPEZ ALONSO, COVADONGA; SÉRÉ, ARLETTE, eds. (2006), *Nuevos géneros discursivos: los textos electrónicos*, *Estudios de Lingüística del Español*, 24 [15/07/2020] <<http://elies.rediris.es/elies24/>>
- LÓPEZ QUERO, SALVADOR (2007), “Marcadores discursivos y cortesía en la conversación virtual en español”, *Language Design*, 9: 93-112.
- MANCERA RUEDA, ANA (2009), “Manifestaciones de descortesía y violencia verbal en los foros de opinión digitales de los diarios españoles”, *Discurso & Sociedad*, 3(3): 437-466.
- MANCERA RUEDA, ANA (2011), *¿Cómo se “habla” en los cibermedios? El español coloquial en el periodismo digital*, Bern, Peter Lang.
- MANCERA RUEDA, ANA (2015), “Los estudios sobre (des)cortesía y actividades de imagen en las redes sociales”, *Textos En Proceso*, 1(1): 50-70 [15/07/2020] <<https://www.asice.se/index.php/tep/article/view/19>>
- MANCERA RUEDA, ANA; PANO ALAMÁN, ANA (2013), *El español coloquial en las redes sociales*, Madrid, Arco / Libros.
- MANCERA RUEDA, ANA; PANO ALAMÁN, ANA (2020), *Opinar en la Red. Análisis pragmático de la voz de los ciudadanos*, Madrid/Frankfurt, Iberoamericana/Vervuert.
- MAPELLI, GIOVANNA (2015), “La comunicación (e)-médico/(e)-paciente en los foros de salud”, *Discurso médico. Reflexiones lingüísticas, históricas y lexicográficas*, eds. Luisa Chierichetti; Giovanna Mapelli. Bergamo, CELSB: 131-50.
- MAPELLI, GIOVANNA (2019), “The identity construction of migrants on Facebook”, *Languages*, 4, 52: 1-17.
- MARIOTTINI, LAURA (2006), “Los diminutivos en los chats: estrategias de cortesía lingüística”, *La Cortesía. Cultura, lenguaje y representación*, 3: 103-31.
- MARIOTTINI, LAURA (2011), “Lenguaje jurídico y nuevas tecnologías: análisis de los blogs

- de abogados”, *Multiple voices in academic and professional discourse: Current issues in specialised language research, teaching and new technologies*, eds. Sergio Maruenda; Begoña Clavel. Newcastle, Cambridge Scholars Publishing: 187-98.
- MORENO-ORTIZ, ANTONIO (2019), “Mi opinión cuenta: la expresión del sentimiento en la red”, *Comunicación mediada por ordenador*, eds. Sara Robles Ávila; Antonio Moreno-Ortiz. Madrid, Cátedra: 38-74.
- MOYA MUÑOZ, PATRICIO (2015). “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): 178-99.
- PANO ALAMÁN, ANA (2008), *Dialogar en la Red. La lengua española en chats, e-mail, foros y blogs*, Bern, Peter Lang.
- PANO ALAMÁN, ANA (2015), “Ironía verbal y actividad de imagen en el discurso de políticos y ciudadanos españoles en Twitter”, *Pragmática Sociocultural*, 3(1): 59-89.
- PANO ALAMÁN, ANA; MOYA MUÑOZ, PATRICIO (2015), “CorpusRedEs. Proyecto de creación y anotación de un corpus de comunicación mediada por ordenador en español”, *CHIMERA. Romance Corpora and Linguistic Studies*, 2: 117-29 [15/07/2020] <<https://revistas.uam.es/index.php/chimera/article/view/1042>>
- PANO ALAMÁN, ANA; MOYA MUÑOZ, PATRICIO (2016), “Una aproximación a los estudios sobre el discurso mediado por ordenador en lengua española”, *Tonos Digital*, 30: 1-30 [15/07/2020] <<https://digitum.um.es/xmlui/handle/10201/47991>>
- PÉREZ VÁZQUEZ, MARÍA ENRIQUETA (2014), “Oralidad en las bitácoras de viaje 2.0”, *Revista Normas*, 4: 71-91 [10/07/2020] <<https://ojs.uv.es/index.php/normas/article/view/4688/4547>>
- PLACENCIA, MARÍA ELENA; FUENTES RODRÍGUEZ, CATALINA, eds. (2014), *Discurso e identidad en el ciberespacio hispano*, *Discurso & Sociedad*, 8(3) [15/07/2020] <<http://www.dissoc.org/ediciones/v08n03/>>
- PLACENCIA, MARÍA ELENA (2019) “‘Qué perfección’: Complimenting Behaviour among Ecuadorian Teenage Girls on Instagram”, *From Speech Acts to Lay Understandings of Politeness. Multilingual and Multicultural Perspectives*, eds. Eva Ogiermann; Pilar Garcés-Conejos Blitvich. Cambridge, Cambridge University Press: 93-116.
- ROBLES ÁVILA, SARA; MORENO ORTIZ, ANTONIO, eds. (2019), *Comunicación mediada por ordenador. La lengua, el discurso y la imagen*, Madrid, Cátedra.
- SAL PAZ, JULIO (2007), “Rasgos de oralidad en los foros de discusión de la prensa digital”, *Diálogo y contexto*, ed. Granato de Grasso. La Plata: Universidad Nacional de La Plata: 555-70.
- SAMPIETRO, AGNESE (2016), “Emoticonos y multimodalidad. El uso del pulgar hacia arriba en whatsapp”, *Aposta: Revista de ciencias sociales*, 69: 271-95. <<http://www.apostadigital.com/revistav3/hemeroteca/asampietro.pdf>> [20/07/2020]

- SANMARTÍN SÁEZ, JULIA (2007), *El chat. La conversación tecnológica*, Madrid, Arco / Libros.
- SANMARTÍN SÁEZ, JULIA, ed. (2012), *El discurso turístico en Internet*, Madrid/Frankfurt, Iberoamericana/Vervuert.
- SLIMOVICH, ANA (2016), “La digitalización de la política y la vuelta de lo televisivo”, *Revista de comunicación*, 15: 111-27.
- VELA DELFA, CRISTINA (2017), “Coherencia, cohesión y estructura de la interacción en el discurso digital: un análisis de los intercambios en la red social Facebook”, *El español en la red*, eds. Mabel Giammatteo; Patricia Gubitosi; Alejandro Parini. Madrid/Frankfurt, Iberoamericana/Vervuert: 255-78.
- VELA DELFA, CRISTINA; CANTAMUTTO, LUCÍA (2015), “Methodological Approach to the Design of Digital Discourse Corpora in Spanish. Proposal of the CÓDICE Project”, *Current Work in Corpus Linguistics (CILC2015)*, 494-99.
- VÍGARA TAUSTE, ANA MARÍA; HERNÁNDEZ TORIBIO, ISABEL (2011), “Ciber(des)cortesía en los foros de opinión de la prensa escrita”, *Estudios de Lingüística de la Universidad de Alicante*, 25: 353-79.
- YUS RAMOS, FRANCISCO (2010), *Ciberpragmática 2.0*, Barcelona, Ariel.

