

ELADIO DUQUE RELACIONES ENTRE TEXTO E IMAGEN EN EL DISCURSO DIGITAL

Universidad Complutense de Madrid

Resumen

Gran parte de los géneros discursivos digitales se caracterizan por combinar diferentes códigos semióticos para alcanzar un propósito comunicativo común a través de la construcción de textos coherentes multimodales. Este artículo persigue contribuir al estudio de la cohesión multimodal mediante una adaptación de los repertorios de relaciones discursivas que permita analizar la interacción entre texto e imagen. La propuesta se ejemplifica con análisis de textos digitales y presta especial atención a los memes, ya que su alto grado de integración intermodal supone un reto para el análisis.

palabras clave: coherencia multimodal; relaciones retóricas; intersemiosis; modo visual

Abstract

Text-image relations in digital discourse

Many digital genres characteristically combine different semiotic modes in order to fulfil a common communicative goal, thus shaping coherent multimodal texts. This article contributes to research on multimodal cohesion by means of an adaptation of discourse relations taxonomies, which allows us to study the interactions between verbal and visual modes. The proposal is exemplified through the analysis of digital texts, with a special emphasis on memes, since the high level of intermodal integration in this genre can test the strength of the analysis.

keywords: multimodal coherence; rhetorical relations; intersemiosis; visual mode

I. Introducción

El estudio de la comunicación digital en español es una de las áreas de la lingüística del discurso que ha experimentado un mayor desarrollo en los últimos años, especialmente, en relación con otros temas clave del análisis del discurso, como la oralidad y el registro coloquial (Briz 2014; Mancera 2011; Mancera, Pano 2013a); la cortesía y otros fenómenos pragmáticos (Bañón 2010; Helfrich, Pano 2018; Vigara, Hernández Toribio 2011; Yus 2011); la comunicación política (Gallardo-Paúls, Enguix 2016; Mancera, Pano 2013b) o el estudio de los géneros textuales (Escandell 2014; Pano 2008; Calvi, Mapelli 2011).

A pesar del llamado giro multimodal en el análisis del discurso (Bateman et al. 2017) y de que la combinación de códigos semióticos es considerada una de las propiedades que definen al discurso digital (Jewitt 2013), la multimodalidad en la comunicación digital en español ha recibido una más discreta atención que los temas anteriormente mencionados, al menos como objeto central de estudio. Con todo, también es apreciable un creciente interés por los procesos de intersemiosis (Royce 2007; Liu, O'Halloran 2009) que participan en la construcción de significados en los textos digitales en español. Esta tendencia se ha manifestado particularmente en el estudio de los emoticonos (Sampietro 2020; Cantamutto, Vela 2019) y en la interacción de texto e imagen en ciertos géneros digitales, como la publicidad en Internet (Helfrich 2018), las redes sociales (López Rabadán et al. 2016; Vásquez-Rocca 2019; Gallardo-Paúls et al. 2018; Helfrich, Mancera 2016) o la prensa digital (Polanco, Yúfera 2015).

El presente trabajo se ubica en esta última área de estudio y persigue aplicar al discurso multimodal los análisis de relaciones de discurso que describen la estructura y coherencia textual (Taboada 2019). Estas relaciones son las conexiones de tipo causal, de contraste o de adición que a menudo señalan los marcadores de discurso, si bien, lo más frecuente es que se construyan mediante otros procedimientos lingüísticos (Das, Taboada 2018; Duque 2014; Duque 2020; Hoek et al. 2018). Aunque son numerosos los enfoques específicos de relaciones entre texto e imagen (Cohn 2013; Martinec, Salway 2005; Marsh, White 2003), nuestra propuesta parte de la idea de que las relaciones desarrolladas para el modo verbal son también aplicables a los géneros multimodales como, de hecho, indican los análisis de, entre otros, Bateman (2008), Garrido (2008, 2014, 2017), Molina et al. (2018), Taboada y Habel (2013) o Vásquez-Rocca y Parodi (2015). Para ello, se propone, en el siguiente apartado, una ordenación y simplificación de los principales repertorios de relaciones de discurso y, en el tercer apartado, una aplicación a diferentes ejemplos de textos digitales en español, con especial atención a

los memes, ya que el alto grado de integración entre texto e imagen en este género textual sirve para poner a prueba la solidez del análisis.

2. Las relaciones de discurso

Existe un renovado interés en la lingüística del discurso del español en profundizar en la estructura y organización de las unidades superiores a la oración (Cortés, Hidalgo-Downing 2015; Fuentes 2016; Garrido 2019; Gutiérrez-Ordóñez 2018; Girón 2018; Martínez-Caro 2014; Pons 2014; Vera-Luján 2012). Una de las maneras en las que, desde diferentes perspectivas, se ha abordado la organización de estas unidades ha sido a través del estudio de las relaciones de coherencia (Duque 2016; Da Cunha et al. 2011; Garrido 2017; Garrido, Rodríguez-Ramalle 2015; Girón 2016; Grande 2017; Ibáñez et al. 2019; Iruskieta et al. 2015; Meza, Da Cunha 2019; Parodi, Burdiles 2016; Santana et al. 2018; Taboada 2004; o Tordera 2019, entre otros). El primer problema al que se enfrentan estas perspectivas de estudio es la selección del repertorio de relaciones con el que llevar a cabo el análisis.

2.1. *Repertorios de relaciones*

Actualmente conviven cuatro perspectivas teóricas en el estudio de las relaciones de discurso: La Teoría de la Estructura Retórica o RST (Taboada, Mann 2006), fundamentada en el estudio de la coherencia; los desarrollos teóricos en torno al corpus PDBT (Webber et al. 2019), centrados en el análisis de la cohesión; la Teoría de la Representación de Segmentos de Discurso o SDRT (Asher, Lascarides 2003), que persigue la representación lógica del discurso; y el enfoque psicolingüístico de las relaciones de coherencia (Sanders et al. 1992), establecido a partir de criterios cognitivos. Cabe destacar que la RST y la SDRT describen relaciones lógico-semánticas que incluyen criterios sintácticos en términos de parataxis e hipotaxis, cuestión que ignoran las otras perspectivas reseñadas. En cualquier caso, como señalan Benamara y Taboada (2015: 148), “las diferencias entre los diferentes acercamientos a las relaciones de discurso son mínimas y es posible unificar las propuestas de relaciones”, aunque las equivalencias entre repertorios no sean completas (Sanders et al. 2018).

Las principales discrepancias entre clasificaciones se basan en a) la consideración de los mencionados criterios sintácticos, b) el nivel de detalle de las distincio-

nes lógico-semánticas y c) las unidades consideradas por el enfoque en cuestión. La relación de Atribución, que se da en el discurso referido (v. gr. *Juan dijo que no vendría*), ilustra esta última discrepancia, ya que unas perspectivas consideran, en estos casos, una única unidad y otras consideran dos unidades (v. gr. *Juan dijo y que no vendría*) que mantienen la mencionada relación de Atribución. En el próximo apartado se propone una clasificación integradora de relaciones de discurso que atiende exclusivamente a la distinción lógico-semántica y que admite relaciones entre diferentes unidades elementales.

2.2. Familias de relaciones: ampliación, semejanza y causalidad

Una clasificación topológica, como la expuesta en Duque (2016), asume que las relaciones de discurso se configuran en un espacio semántico continuo que puede segmentarse de diferentes maneras. Teniendo esto en cuenta, la estrategia seguida para la clasificación consiste en proponer familias amplias con fronteras permeables, de modo que estas familias puedan ser comunes a los diferentes repertorios. Dado que las relaciones de discurso presentan una base cognitiva –desarrollada en Louwerse (2001), Kehler (2002) o Sanders y Spooren (2009), entre otros–, un camino transitado por diferentes autores consiste en trasladar los tres tipos tradicionales de conexiones o asociaciones entre ideas al ámbito de las relaciones de discurso.

- (1) *Familia de las relaciones de ampliación*: (a) Él estaba leyendo el periódico, sentado de espaldas al mar. (b) Iba vestido con una camisa de rayas encarnadas, chaleco gris de punto, sin mangas, y pantalones del mismo color (CREA, Casares, C: *Dios sentado en un sillón azul*, 1996).
- (2) *Familia de las relaciones de semejanza*: (a) Él era bebedor, mujeriego, intransigente, jugador y desordenado. (b) Ella era una mujer dulce y resignada con el alma inclinada a la melancolía (CREA, Ansón, L. M.: *Don Juan*, 1994).
- (3) *Familia de las relaciones de causalidad*: (a) Yo la admiro mucho. (b) Sabe lo que quiere y lucha por conseguirlo (CREA, *Art Studio Magazine*, 2-3-2004).

Como ilustran los ejemplos, las relaciones de ampliación añaden detalles sobre las entidades o situaciones previamente introducidas; las de semejanza comparan el contenido proposicional de los dos miembros y las de causalidad proponen relaciones de contingencia y de naturaleza argumentativa. Ya que en el discurso se presupone la continuidad tópica por defecto, la familia de ampliación propone

las conexiones menos informativas y la familia de causalidad, las más informativas, porque en ellas participa una mayor cantidad de conocimiento implícito. Las relaciones concretas de los diferentes repertorios se organizan dentro de estas tres familias. Para ese segundo nivel categorial, consideramos las propuestas por la RST, aplicadas al español en Duque (2016). Adicionalmente, por su relevancia para el discurso multimodal, incluimos en el repertorio la relación de Atribución, incorporada en la versión de la RST desarrollada por Carlson y Marcu (2001).

En cuanto a las señales de las relaciones, la correferencia interoracional en el ejemplo 1 (Él-iba) y el paralelismo sintáctico y rítmico del ejemplo 2 son los fenómenos lingüísticos determinantes para establecer sus respectivas conexiones. En 3, el marco semántico activado por el verbo “admirar” se proyecta en el discurso (Garrido 2017), donde encuentra el motivo de la admiración, lo que permite construir la relación de naturaleza causal entre las dos oraciones. Como ilustran los próximos apartados, no solo las relaciones propuestas para el modo verbal son aplicables a los textos multimodales, sino también muchas de sus señales.

3. Relaciones de discurso multimodales

Las relaciones entre texto e imagen son uno de los principales objetos de investigación del análisis del discurso multimodal (Bateman et al. 2017; Jewitt 2016; Kress, van Leeuwen 2001; O’Halloran 2004; Parodi, Julio 2017) y, al igual que las relaciones de discurso, también han sido objeto de muy variadas categorizaciones (Cohn 2013; Martinec, Salway 2005; Marsh, White 2003; Nikolajeva, Scott 2001). Gran parte de esas clasificaciones se articulan en torno al grado de dependencia entre texto e imagen, siguiendo la tradición iniciada por Barthes (1977). Asimismo, se han desarrollado, fundamentalmente, para el análisis de géneros textuales específicos, como los cómics, la publicidad o los libros infantiles.

Frente a estos enfoques particulares, considerar que las relaciones de discurso son también aplicables a la combinación intermodal presenta algunas ventajas: permite la comparación de la organización retórica de diferentes géneros textuales y la comparación de la construcción de significados de forma monomodal y multimodal. Los próximos apartados ejemplifican la aplicación a textos multimodales digitales de las familias de relaciones de discurso presentadas en el apartado anterior.

3.1. *Relaciones de ampliación multimodal*

Las imágenes de las relaciones de ampliación pueden añadir información sobre el contenido del mensaje verbal o sobre una situación de enunciación representada. La ampliación de la información del mensaje verbal se manifiesta mediante la repetición de un referente en diferentes modos. Desde el punto de vista discursivo, se trata de enlaces correferenciales intermodales (Royce 2007), que responden al principio de continuidad tópica discursiva. Esto significa que, ante un artefacto formado por texto e imagen, el receptor busca, por defecto, la asignación del referente visual (Yus 2019) para construir conexiones de identidad entre las situaciones y entidades representadas en ambos modos.

En el discurso digital, estas relaciones son habituales en los sitios web comerciales, donde las imágenes identifican los productos o servicios ofrecidos. También son propias de géneros informativos como las *wikis* o los periódicos digitales (Bateman et al. 2007; Hiippala 2017; Polanco, Yúfera, 2015). Como veremos en los siguientes apartados, la variedad de relaciones multimodales en las redes sociales es más amplia, pero entre ellas, las relaciones de ampliación también ocupan un lugar destacado, como ilustran los siguientes ejemplos.

- (4) (a) [Fotografía de 25 personas en torno a una mesa servida] (b) @SergioRamos. Cena de equipo / Team dinner #HalaMadrid.
 (5) (a) [Foto de un bebé en una cuna] (b) [Mensaje de respuesta:] Qué guapiii!! Me lo como!! <3

Los ejemplos 4 y 5 ilustran diferentes relaciones de ampliación y de enlaces cohesivos que se resuelven en un primer nivel de lectura superficial, sin necesidad de alcanzar los niveles de lectura multimodal interpretativa o de transferencia (Padilla 2020: 157-61). Así, en el tuit del ejemplo 4 se construye una relación de Elaboración (Duque 2016: 25-26) donde “equipo” remite a las personas representadas en la imagen. Nótese que, por un lado, el texto aclara la vaguedad inherente de la imagen, indicando que se trata de una cena de equipo y no de un almuerzo de amigos y, por otro lado, la imagen añade información no verbalizada, por ejemplo, que se trata de una reunión de 25 personas. El ejemplo 5, por su parte, describe un tipo diferente de relación de ampliación, en este caso mantenida entre las intervenciones de dos personas en un diálogo digital. En dicha conversación, el pronombre “lo” construye la correferencialidad intermodal al tomar su referencia del bebé de la fotografía, no solo para ampliar la información, sino más bien para valorarla. Esta operación de valoración es característica de la

relación de Interpretación o Evaluación (Duque 2016: 30-31), que define a los géneros con mayor participación emocional, como la conversación digital entre amigos del ejemplo.

En otras ocasiones, la imagen no mantiene relaciones de correferencia con el texto, sino que representa la situación de enunciación ficticia en la que el texto es producido. El discurso multimodal, en este caso, no maximiza la coherencia (Asher, Lascarides 2003) a través de relaciones correferenciales, sino asignando las voces de la enunciación (Ducrot 1984) a las figuras representadas en la imagen, que construyen, de este modo, relaciones de Atribución con el texto. Estas relaciones caracterizan a ciertos géneros multimodales como los cómics, cuya tradición continúa en el comic digital, en los que también es característica la relación de Secuencia o ampliación temporal entre viñetas (Cohn 2013). Asimismo, las relaciones de Atribución también se dan en la prensa digital, cuando el titular presenta una declaración de la persona representada en la imagen (Polanco, Yúfera 2015: 53), y en los memes, donde presentan el alto grado de integración multimodal característico de este género textual (Mancera 2020), como ilustran los ejemplos 6 y 7 de la Figura 1.



FIGURA 1. Ejemplos 6 y 7

En 6 y 7, las imágenes construyen el marco necesario para la comprensión. En un caso se trata de conocimiento enciclopédico activado por la imagen del perro y, en otro, de un conocimiento de actualidad, más inestable, activado por la figura de la política española Cristina Cifuentes, representada en la imagen. En el ejemplo 6, la imagen del perro se identifica con la figura de locutor y activa el conocimiento

general sobre la mentira convencional “el perro se comió los deberes”, que sorprende al volverse cierta a través del potencial fáctico de la fotografía. En el ejemplo 7, la imagen de la política española Cristina Cifuentes evoca el conocimiento sobre la obtención de su título de máster de manera fraudulenta. La imagen construye una relación de Atribución con el texto y, a su vez, texto e imagen construyen conjuntamente una relación de Contraste con el enunciado ecoico (Wilson 2006) “tengo un máster”, exigido por la construcción verbal enfática de foco contrastivo, que “sirve para conectar con la oración anterior o con el discurso que obliga a tener en cuenta” (Garrido 2019: 357). Nótese que tanto en estos ejemplos como en otros que presentamos a continuación, el efecto humorístico se fundamenta en la sustitución del marco esperado por uno alternativo (Rodríguez Rosique, Provencio 2012), mediante el recurso a lo absurdo.

Como veremos en los próximos apartados, la representación del sujeto de la enunciación no siempre se limita a una relación de Atribución, sino que, mediante el sistema quinésico representado en la imagen (Cestero 2020), puede construir relaciones de la familia de semejanza y causa, que prevalecen al ser más informativas.

3.2. *Relaciones de semejanza multimodal*

Las relaciones de semejanza se establecen por oposición –Contraste o Antítesis (Duque 2016: 36-39)– o por similitud –Lista o Paralelo (Duque 2016: 34-36)–. Al igual que en las relaciones de la familia de ampliación, en las relaciones de semejanza, las imágenes pueden representar la situación de enunciación o pueden relacionarse con las entidades del mensaje verbal. En ocasiones existe, por esta razón, un continuo entre las dos familias.

En cuanto a las relaciones de naturaleza contrastiva, “cabe la posibilidad de que la información proporcionada en un modo no añada o amplíe la información del otro modo, sino que entren en conflicto” (Bateman 2014: 84), dando lugar a relaciones divergentes en las que los dos modos mantienen una “tensión multimodal” (Schriver 1997: 422). En este sentido, las imágenes de los memes de los ejemplos 8 y 9 representan la situación de enunciación, pero no añaden información al mensaje verbal, completándolo, sino que entran en conflicto con este. En 8, esto ocurre a través de la representación visual del sistema quinésico que “contrad[ice] el contenido o sentido del enunciado verbal” (Cestero 2017: 1056), que se establece como marca de la ironía. En 9, por su parte, esta contradicción se manifiesta por la representación más completa de la situación de enunciación simulada. El ejemplo se fundamenta, al igual que 6, en una mentira convencional, que parece ser un recurso

frecuente en este género textual:

- (8) (a) Me parto (b) [Fotografía del rostro Isabel II con gesto de extrema seriedad]
 (9) (a) Ya estoy llegando (b) [Fotografía de un hombre en la ducha escribiendo un mensaje en el móvil]

Otras relaciones de Contraste entre texto e imagen se construyen a partir de los contenidos representados. El ejemplo 10 de la Figura 2, un tuit que redirige a un blog satírico catalán, se produce en el contexto de encarcelación preventiva de los políticos involucrados en la proclamación ilegal de independencia de la región en 2017. En el ejemplo, las múltiples relaciones cohesivas de identificación entre texto e imagen (*señora*, *nariz amarilla*, *jaula* y *cabeza*) son, en realidad, relaciones de oposición entre el significado metafórico pretendido por la imagen y el literal buscado por el texto. Con la metáfora visual, la manifestante persigue presentar los hechos en términos de encarcelación de ideas políticas, representando la cárcel mediante la jaula de pájaro y las ideas con su cabeza y con la nariz de payaso del color asociado a la causa independentista, como indican también los *hashtags* sobre la imagen, que facilitan las inferencias (Scott 2015). Por el contrario, el texto “Una señora con la nariz amarilla se enjaula la cabeza” desactiva estas proyecciones metafóricas, para así ridiculizarlas y producir el efecto cómico mediante la relación de Contraste entre lo que quiere decir la imagen y lo que realmente dice el texto. Asimismo, las características del texto producen un efecto de intertextualidad al relacionarlo con otros géneros, como los pies de foto de prensa o los títulos de ciertas obras de arte (cf. *Mujer y pájaro* o *Mujer con un bonito sombrero*, *estrella* de Joan Miró).



FIGURA 2. Ejemplo 10

En las relaciones de semejanza basadas en la similitud, los enlaces correferenciales de identidad intermodal, propios de la familia de ampliación, se transforman en las relaciones de analogía que, con frecuencia, construyen metáforas multimodales (Forceville, Urios-Aparisi 2009), habituales en los géneros textuales de la publicidad. La imagen de 11 (Figura 3), por ejemplo, representa un marco abstracto en el que se proyecta el texto: una situación de elección excluyente donde el protagonista (ubicado en el centro de la composición) ignora la opción con la que se ha comprometido (representada a su derecha por la mujer a la que toma de la mano), debido a la atracción (representada por su mirada lasciva) ejercida por la opción a su izquierda (representada por la mujer que se cruza en su camino). En el ejemplo, se establecen múltiples relaciones de analogía entre texto e imagen: el chico se compara con el autor del discurso y las chicas, con las opciones enfrentadas: pizza y ensalada.



FIGURA 3. Ejemplo 11

Por último, cabe destacar que es frecuente que en un mismo artefacto multimodal convivan las operaciones de analogía y contraste. Es el caso, por ejemplo, de la serie de memes “cuando lo pides en AliExpress vs. lo que te llega”, compuestos por dos imágenes de iguales proporciones que se disponen de forma paralela. En ellos, por una parte, cada imagen construye una relación de analogía con sus respectivos textos, construyendo una metáfora multimodal en la que el texto es

el dominio origen y la imagen el dominio meta. Por otra parte, los dos conjuntos formados por texto e imagen mantienen una relación de Contraste, provocada por la estructura paralela de la composición, que, como el paralelismo sintáctico y rítmico en el modo verbal, invita a la comparación. Este tipo de construcción se vale, además, de la potencialidad del modo visual, cuya lógica espacial, frente a la lógica secuencial del modo verbal, permite percibir simultáneamente los dos elementos en relación.

En general y no solo en el caso de los mencionados memes, las relaciones de semejanza multimodal recurren habitualmente a un diseño con paralelismos rítmicos, que fuerza la comparación entre los elementos formalmente análogos. Es el caso, por ejemplo, de las relaciones de Lista construidas entre los elementos de una página web diseñada en forma de mosaico o rejilla.

3.3. *Relaciones de causalidad multimodal*

Tanto las relaciones de correferencialidad y de representación de la situación, propias de la familia de ampliación, como las relaciones de analogía y contraste, propias de la familia de semejanza, pueden volverse más informativas para adquirir significados causales, confirmando el espacio semántico continuo que configuran las relaciones de discurso.

En cuanto a la representación de la situación de enunciación, la niña de la imagen del ejemplo 12 (Figura 4) personifica a la alocutora (Ducrot 1984) a la que se dirige el mensaje “justifica la respuesta”. Frente a los ejemplos anteriores, en este caso, la imagen no contradice el contenido del enunciado ni se limita a identificar a un participante de la enunciación. En su lugar, a través de la expresión del sistema quinésico, representa un estado psicológico, un intenso desasosiego, cuya causa es expuesta en el modo verbal. Este tipo de meme, que escenifica emociones mediante gestos exagerados que los usuarios suelen encontrar graciosos (Yus 2019), construye relaciones de tipo causal con el texto que explica el motivo de la emoción representada. El comportamiento discursivo de la imagen es, por tanto, equivalente al de los verbos de causación implícita (Bott, Solstad 2014), que activan marcos semánticos que requieren causas, como ilustramos en el ejemplo 3. Nótese que el resultado humorístico no se basa exclusivamente en la propia imagen, sino en la combinación de efectos intensos con causas triviales.



FIGURA 4. Ejemplos 12 y 14

La imagen del ejemplo 13, por su parte, no presenta a los participantes de la enunciación, sino que propone relaciones cohesivas con el texto. Sin embargo, la imagen no se limita a ampliar la información textual, como en los ejemplos de relaciones de la familia de ampliación, sino que construye una relación de Evidencia (Duque 2016: 42-43) o causa del decir entre texto e imagen, ya que el objetivo de la imagen es, en este caso, apoyar la veracidad de lo dicho, lo que encaja con la potencialidad de la fotografía en expresar significados factuales. Como se habrá advertido, las relaciones de Evidencia son cercanas a la familia de ampliación y en textos multimodales digitales son habituales en cuentas de denuncia política y social, como la del ejemplo:

(13)

- (a) [Imagen de una puerta con un letrero de silla de ruedas y de una mujer con un carrito]
- (b) De los @micromachismos no se salva ni Renfe. Está claro que solo nosotras llevamos carritos de la compra.

Por último, las operaciones de comparación o semejanza también pueden participar en la construcción de relaciones de la familia de causalidad. En este sentido, el ejemplo 14 (Figura 4) ilustra una relación de Causa-Resultado (Duque 2016:

41-42), donde el texto indica la causa y la imagen un resultado metafórico. La imagen del edificio mal construido y a punto de derrumbarse mantiene, por tanto, relaciones de analogía con el resultado implícito y esperado del trabajo de universidad mal planteado y con problemas de coherencia textual.

En resumen, los ejemplos anteriores ilustran que las relaciones deícticas a la situación de enunciación, las relaciones de correferencialidad entre texto e imagen y las relaciones de analogía pueden participar en la construcción de relaciones de discurso más informativas, como las de la familia de causalidad.

4. Conclusiones

En este artículo hemos ejemplificado cómo las teorías de las relaciones de coherencia desarrolladas para el estudio del discurso verbal son también aplicables a los textos multimodales, característicos del discurso digital. Asimismo, el análisis ha revelado que muchos otros elementos clave de la investigación lingüística del discurso, como la correferencialidad, las voces de la enunciación, el paralelismo sintáctico y rítmico, los marcos semánticos, la metáfora, la ironía o los verbos de causación implícita, pueden integrarse en el análisis de las relaciones entre texto e imagen.

De este modo, al igual que las relaciones textuales, las relaciones intermodales se configuran en tres familias (ampliación, semejanza y causalidad), que se disponen en un continuo semántico y pragmático, por lo que existen relaciones intermedias de compleja clasificación. En las tres familias, las imágenes pueden escenificar una situación de enunciación simulada, encarnando al locutor y alocutario, o pueden relacionarse directamente con el contenido del mensaje verbal. Dicho de otro modo, antes de que entre en juego la asignación de la relación a una familia concreta, ante un artefacto multimodal, el lector se encuentra con dos opciones principales. Por un lado, puede atribuir a la imagen el papel de representación de la situación en la que se ha producido el mensaje textual o, por otro lado, puede atribuir a la imagen el papel de representación del contenido del mensaje, buscando relaciones de identidad entre texto e imagen, que, con mayor trabajo inferencial, pueden tornar en relaciones de analogía u oposición.

Las relaciones de ampliación que añaden información al contenido del mensaje verbal establecen relaciones cohesivas de correferencia o identidad entre texto e imagen. Por su parte, las relaciones de ampliación en las que la imagen representa la situación de enunciación se comportan de un modo equivalente al discurso referido en el modo verbal. En cuanto a las relaciones de semejanza, cuando la

imagen se relaciona con el contenido del texto, texto e imagen establecen relaciones de oposición o de analogía, gracias a las composiciones paralelas y a la construcción de metáforas multimodales. En cambio, cuando la imagen escenifica la situación de enunciación, texto e imagen pueden establecer relaciones de tipo contrastivo, que dan lugar a interpretaciones irónicas. Por último, respecto a las relaciones de causalidad, el texto puede aportar las causas o explicaciones de las emociones representadas visualmente, a través de la gestualidad del locutor o alocutario. Por el contrario, cuando las imágenes se relacionan directamente con el contenido del mensaje, pueden utilizarse para probar la veracidad de lo dicho, es decir, las imágenes se establecen como causas del decir.

El hecho de que las relaciones discursivas sean comunes para textos monomodales y multimodales abre múltiples vías de investigación que serán exploradas en futuros trabajos. Por una parte, nos permite comparar la construcción de significados en el discurso monomodal y multimodal, por ejemplo, analizando en qué medida se dan y cómo se establecen las diferentes relaciones específicas. Por otra parte, nos permite comparar la organización retórica y construcción de significados en diferentes géneros textuales, incluidos los digitales, en los que la multimodalidad es una propiedad ineludible.

En este sentido, la cata al género de los memes nos permite plantear posibles subtipos en virtud de las relaciones que establecen texto e imagen: aquellos en los que la imagen amplía la información activando marcos que incluyen enunciados ecoicos, los que proponen relaciones de Contraste mediante composiciones paralelas, los que proponen relaciones de Lista mediante metáforas multimodales o los que proponen relaciones de Causa o explicaciones para las emociones representadas en imágenes que la comunidad de usuarios considera graciosas.

Bibliografía citada

- ASHER, NICHOLAS; LASCARIDES, ALEX (2003), *Logics of conversation*, Cambridge, Cambridge University Press.
- BAÑÓN HERNÁNDEZ, ANTONIO (2010), “Comunicación destructiva y agresividad verbal en la Red”, *Discurso & Sociedad*, 4/4: 649-73.
- BARTHES, ROLAND (1977), *Image-music-text*, Glasgow, Fontana.

- BATEMAN, JOHN (2008), *Multimodality and Genre*, London, Macmillan.
- BATEMAN, JOHN (2014), *Text and image: A critical introduction to the visual/verbal divide*, London, Routledge.
- BATEMAN, JOHN; DELIN, JUDY; HENSCHER RENATE (2007), "Mapping the multimodal genres of traditional and electronic newspapers", *New directions in the analysis of multimodal discourse*, eds. Terry Royce; Wendy Bowcher. London, Lawrence Erlbaum: 147-72.
- BATEMAN, JOHN; WILDFEUER, JANINA; HIIPALA, TUOMO (2017), *Multimodality*, Berlin, De Gruyter Mouton.
- BENAMARA, FARAH; TABOADA, MAITE (2015), "Mapping different rhetorical relation annotations: A proposal", *Proceedings of the Fourth Joint Conference on Lexical and Computational Semantics*, eds. Martha Palmer; Gemma Boleda; Paolo Rosso. Denver, Association for Computational Linguistics: 147-52.
- BOTT, OLIVER; SOLSTAD, TORGRIM (2014), "From verbs to discourse: A novel account of implicit causality", *Psycholinguistic approaches to meaning and understanding across languages*, eds. Barbara Hemforth; Barbara Mertins; Catherine Fabricius-Hansen. New York, Springer: 213-51.
- BRIZ GÓMEZ, ANTONIO (2014), "Hablar electrónicamente por escrito", *Chimera: Romance Corpora and Linguistic Studies*, 1: 77-89.
- CALVI, MARIA VITTORIA; MAPELLI, GIOVANNA, eds. (2011), *La lengua del turismo: Géneros discursivos y terminología*, Bern, Peter Lang.
- CANTAMUTTO, LUCÍA; VELA DELFA, CRISTINA (2019), "Emojis frecuentes en las interacciones por WhatsApp", *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, 77: 171-87.
- CARLSON, LYNN; MARCU, DANIEL (2001), *Discourse Tagging Manual*, ISI Tech Report ISI-TR-545.
- CESTERO MANCERA, ANA MARÍA (2017), "La comunicación no verbal", *Manual del profesor de ELE*, eds. Ana María Cestero Mancera; Inmaculada Penadés Martínez. Alcalá de Henares, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Alcalá de Henares: 1051-122.
- CESTERO MANCERA, ANA MARÍA (2020), "La comunicación no verbal", *Guía práctica de pragmática del español*, eds. María Elena Placencia; Xose Padilla García. London, Routledge: 206-16.
- COHN, NEIL (2013), "Beyond word balloons and thought bubbles: The integration of text and image", *Semiotica*, 197: 35-63.
- CORTÉS RODRÍGUEZ, LUIS; HIDALGO DOWNING, RAQUEL (2015), "Indicadores de cambio temático en el discurso parlamentario", *Revista Signos*, 48/89: 279-306.
- DA CUNHA, IRIA; TORRES-MORENO, JUAN MANUEL; SIERRA, GERARDO (2011), "On the development of the RST Spanish Treebank", *Proceedings of the 5th Linguistic Annotation Workshop*, eds. Nancy Ide; Adam Meyers; Sameer Pradhan; Katrin

- Tomanek. Portland, LAW: 1-10.
- DAS, DEBOPAM; TABOADA, MAITE (2018), "Signalling of coherence relations in discourse", *Discourse Processes*, 55/8: 743-70.
- DUCROT, OSWALD (1984), *El decir y lo dicho*, Barcelona, Paidós.
- DUQUE, ELADIO (2014), "Signaling Causal Coherence Relations", *Discourse Studies*, 16/1: 25-46.
- DUQUE, ELADIO (2016), *Las Relaciones de Discurso*, Madrid, Arco/Libros.
- DUQUE, ELADIO (2020), "Neuter pronoun *ello* and discourse verbs in Spanish", *Journal of Pragmatics*, 155: 273-85.
- ESCANDELL MONTIEL, DANIEL (2014), *Escrituras para el siglo XXI: literatura y blogosfera*, Madrid/Frankfurt, Iberoamericana/Vervuert.
- FORCEVILLE, CHARLES; URIOS-APARISI, EDUARDO, eds. (2009), *Multimodal metaphor*, Berlin, Walter de Gruyter.
- FUENTES RODRÍGUEZ, CATALINA (2016), "La gramática discursiva: niveles, unidades y planos de análisis", *Cuadernos AISPI*, 2: 15-36.
- GALLARDO-PAÚLS, BEATRIZ; ENGUIX OLIVER, SALVADOR (2016), *Pseudopolítica: el discurso político en las redes sociales*, Valencia, Universitat de València.
- GALLARDO-PAÚLS, BEATRIZ; ENGUIX OLIVER, SALVADOR; OLEAQUE MORENO, JOAN (2018): "Estilos de gestión de los perfiles políticos en Twitter: imagen y texto en las cuentas de los partidos en la campaña del 26J", *Revista de Investigación Lingüística*, 21: 15-51.
- GARRIDO MEDINA, JOAQUÍN (2008), "Imagen y palabra en la construcción de discurso del texto publicitario", *Español Actual*, 86: 81-103.
- GARRIDO MEDINA, JOAQUÍN (2014), "Unidades intermedias en la construcción del discurso", *Estudios de Lingüística del Español*, 35: 94-111.
- GARRIDO MEDINA, JOAQUÍN (2017), "Segmentación del discurso e interacción", *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, 71: 36-62.
- GARRIDO MEDINA, JOAQUÍN (2019), "Estructura del discurso", *Manual de lingüística española*, ed. Emilio Ridruejo. Berlin, Walter de Gruyter: 353-78.
- GARRIDO MEDINA, JOAQUÍN; RODRÍGUEZ RAMALLE, TERESA (2015), "Constituyentes y relaciones en la oración y en el discurso", *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, 62: 199-225.
- GIRÓN ALCONCHEL, JOSÉ LUIS (2016), "La segmentación lingüística del discurso en la prosa de la segunda mitad del siglo XVII", *En la estela del Quijote*, eds. Marta Fernández-Alcaide; Elena Leal Abad; Álvaro Octavio de Toledo y Huerta. Frankfurt, Peter Lang: 215-32.
- GIRÓN ALCONCHEL, JOSÉ LUIS (2018), "La creación de gramática y de texto: del enunciado a la unidad discursiva en el Quijote", *Procesos de textualización y gramaticalización en la historia del español*, eds. José Luis Girón Alconchel; Francisco Javier Herrero Ruiz

- de Loizaga; Daniel Sáez Rivera. Madrid/Frankfurt, Iberoamericana/Vervuert: 311-44.
- GRANDE ALIJA, FRANCISCO (2017), “Coordinación de enunciados de distinta modalidad”, *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, 71: 115-40.
- GUTIÉRREZ-ORDÓÑEZ, SALVADOR (2018), “Sobre la sintaxis de enunciados en el período”, *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, 75: 3-18.
- HELFRICH, UTA (2018), “I Need Spain: New Ways of Representing the Tourist Experience”, *Strategies of Adaptation in Tourist Communication*, ed. Gudrun Held. Leiden, Brill: 73-94.
- HELFRICH, UTA; MANCERA RUEDA, ANA (2016), “No nos vamos, nos echan: Multimodal Framing of Spanish Youth Unemployment and Labour Migration in Social Media”, *Public and Political Discourses of Migration*, eds. Amanda Haynes; Martin Power; Eoin Devereux; Aileen Dillane; James Carr. London, Rowman: 207-23.
- HELFRICH, UTA; PANO ALAMÁN, ANA eds. (2018), “La atenuación lingüística en los discursos digitales”. *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, 73: 3-124.
- HIIPPALA, TUOMO (2017), “The Multimodality of Digital Longform Journalism”, *Digital Journalism*, 5/4: 420-42.
- HOEK, JEK; ZUFFEREY, SANDRINE; EVERS-VERMEUL, JACQUELINE; SANDERS, TED (2018), “The linguistic marking of coherence relations”, *Pragmatics and Cognition*, 25/2: 276-309.
- IBÁÑEZ, ROMUALDO; MONCADA, FERNANDO; CÁRCAMO, BENJAMÍN (2019), “Coherence Relations in Primary School Textbooks”, *Discourse Processes*, 56/8: 764-85.
- IRUSKIETA, MIKEL; DA CUNHA, IRIA; TABOADA, MAITE (2015), “A qualitative comparison method for rhetorical structures: identifying different discourse structures in multilingual corpora”, *Language resources and evaluation*, 49/2: 263-309.
- JEWITT, CAREY (2013), “Multimodal methods for researching digital technologies”, *SAGE Handbook of Digital Technology research*, eds. Sara Price; Carey Jewitt; Barry Brown. Los Ángeles, Sage: 250-65.
- JEWITT, CAREY (2016), “An Introduction to Multimodality”, *The Routledge Handbook of Multimodal Analysis*, ed. Carey Jewitt. London, Routledge, 15-30.
- KEHLER, ANDREW (2002), *Coherence, Reference, and the Theory of Grammar*, Stanford, CSLI Publications.
- KRESS, GUNTHER; VAN LEEUWEN, THEO (2001), *Multimodal discourse*, London, Edward Arnold.
- LIU, YIU; O’HALLORAN, KAY L. (2009), “Intersemiotic texture: Analyzing cohesive devices between language and images”, *Social Semiotics*, 19/4: 367-88.
- LÓPEZ RABADÁN, PABLO; LÓPEZ-MERI, AMPARO; DOMÉNECH-FABREGAT, HUGO (2016): “La imagen política en Twitter. Usos y estrategias de los partidos políticos españoles”, *Index.comunicación*, 6: 165-95.

- LOUWERSE, MAX (2001) “An analytic and cognitive parametrization of coherence relations”, *Cognitive Linguistics*, 12/3: 291-316.
- MANCERA RUEDA, ANA (2011), ¿Cómo se “habla” en los cibermedios? El español coloquial en el periodismo digital, Bern, Peter Lang.
- MANCERA RUEDA, ANA, (2020), “Estudio exploratorio de las estrategias de encuadre discursivo en memes humorísticos publicados en Twitter durante las elecciones generales de noviembre de 2019 celebradas en España”, *Dígitos: Revista de Comunicación Digital*, 6: 197-217.
- MANCERA RUEDA, ANA; PANO ALAMÁN, ANA (2013a), *El español coloquial en las redes sociales*, Madrid, Arco/Libros.
- MANCERA RUEDA, ANA; PANO ALAMÁN, ANA (2013b), *El discurso político en Twitter*, Barcelona, Anthropos Editorial.
- MARSH, EMILY; WHITE, MARILYN (2003), “A taxonomy of relationships between images and text”, *Journal of Documentation*, 59: 647-72.
- MARTINEC, RADAN; SALWAY, ANDREW (2005), “A system for image–text relations in new (and old) media”, *Visual communication*, 4/3: 337-71.
- MARTÍNEZ-CARO, ELENA (2014), “El párrafo como unidad discursiva”, *Estudios de Lingüística del Español*, 35: 189-213.
- MEZA, PAULINA; DA CUNHA, IRIA (2019), “Comunicación del conocimiento propio y relaciones discursivas en el género tesis”, *Sintagma*, 31: 103-30.
- MOLINA, MARCO, VÁSQUEZ-ROCCA, LILIANA; PARODI, GIOVANNI (2018), “Relación palabra-gráfico en un género profesional de la economía”, *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, 76: 153-79.
- NIKOLAJEVA, MARIA; SCOTT, CAROLE (2001), *How Picturebooks Work*, London, Routledge.
- O’HALLORAN, KAY, ed. (2004), *Multimodal discourse analysis: Systemic functional perspectives*, London, Continuum.
- PADILLA GARCÍA, XOSE (2020), “Humor y comunicación multimodal”, *Guía práctica de pragmática del español*, eds. María Elena Placencia; Xose Padilla García. London, Routledge: 149-63.
- PANO ALAMÁN, ANA (2008), *Dialogar en la Red: la lengua española en chats, e-mails, foros y blogs*, Bern, Peter Lang.
- PARODI, GIOVANNI; BURDILES, GINA (2016), “Encapsulación y tipos de coherencia referencial y relacional”, *Onomázein*, 33: 107-29.
- PARODI, GIOVANNI; JULIO, CRISTÓBAL (2017), “No solo existen palabras en los textos escritos: algunas teorías y modelos de comprensión de textos multimodales o multisemióticos”, *Investigaciones Sobre Lectura*, 8: 27-48.
- POLANCO MARTÍNEZ, FERNANDO; YÚFERA GÓMEZ, IRENE (2015), “Aspectos de integración multimodal en la prensa digital de tema jurídico y tema científico”, *Círculo de*

Lingüística Aplicada a la Comunicación, 64: 32-57.

- PONS BORDERÍA, SALVADOR ed. (2014), *Discourse Segmentation in Romance Languages*, Amsterdam, John Benjamins.
- RODRÍGUEZ-ROSIQUE, SUSANA; PROVENCIO GARRIGÓS, HERMINIA (2012), “Gigantes contra molinos: Una explicación pragmática de la ironía y el humor en publicidad”, *Revista de investigación lingüística*, 15: 251-67.
- ROYCE, TERRY (2007), “Intersemiotic complementarity”, *New directions in the analysis of multimodal discourse*, eds. Terry Royce; Wendy Bowcher. London, Lawrence Erlbaum: 63-109.
- SAMPIETRO, AGNESE (2020), “Emoticonos y emojis: su relación con la cortesía en la comunicación digital”, *Guía práctica de pragmática del español*, eds. María Elena Placencia; Xose Padilla García. London, Routledge: 136-46.
- SANDERS, TED; SPOOREN, WILBERT; NOORDMAN, LEO (1992), “Toward a taxonomy of coherence relations”, *Discourse Processes*, 15/1: 1-35.
- SANDERS, TED; SPOOREN, WILBERT (2009), “The cognition of discourse coherence”, *Discourse, of course*, ed. Jan Renkema. Amsterdam, John Benjamins: 197-212.
- SANDERS, TED; DEMBERG, VERA; HOEK, JET; SCHOLMAN, MEREL; ASR, FATEMEH; ZUFFEREY, SANDRINE; EVERS-VERMEUL, JACQUERINE (2018), “Unifying dimensions in discourse relations. How various annotation frameworks are related”, *Corpus Linguistics and Linguistic Theory*, 14: 1-71.
- SANTANA COVARRUBIAS, ANDREA; SPOOREN, WILBERT; NIEUWENHUIJSEN, DIANE; SANDERS, TED (2018), “Subjectivity in Spanish Discourse: Explicit and Implicit Causal Relations in Different Contexts”, *Dialogue and Discourse*, 9/1: 163-91.
- SCHRIVER, KAREN (1997), *Dynamics in document design*, New York, John Wiley.
- SCOTT, KATE (2015), “The pragmatics of hashtags: Inference and conversational style on Twitter”, *Journal of Pragmatics*, 81: 8-20.
- TABOADA, MAITE (2004), *Building coherence and cohesion: task-oriented dialogue in English and Spanish*, Philadelphia, John Benjamin.
- TABOADA, MAITE, (2019), “The space of coherence relations and their signalling in discourse”, *Language, Context and Text*, 1/2: 205-33.
- TABOADA, MAITE; MANN, WILLIAM (2006), “Rhetorical structure theory: Looking back and moving ahead”, *Discourse studies*, 8/3: 423-59.
- TABOADA, MAITE; HABEL, CHRISTOPHER (2013), “Rhetorical relations in multimodal documents”, *Discourse Studies*, 15/1: 65-89.
- TABOADA, MAITE (2019), “Semiosis entre palabras e imágenes en Twitter”, *Galáxia*, 42: 40-56.
- TABOADA, MAITE; PARODI, GIOVANNI (2015), “Relaciones retóricas y multimodalidad en el género Informe de Política Monetaria del discurso académico de la Economía”, *Calidoscópio*, 13/3: 388-405.

- TORDERA YLLESCAS, JUAN CARLOS (2019), “Las relaciones de interdependencia y la anáfora de sentido”, *La construcción del discurso en español y catalán*, eds. Ferrán Robles i Sabater; Pau Bertomeu-Pi. Hamburg, Buske: 133-42.
- VERA-LUJÁN, AGUSTÍN (2012), “El párrafo como unidad discursiva”, *EULA*, 26: 343-58.
- VIGARA TAUSTE, ANA MARÍA; HERNÁNDEZ TORIBIO, MARÍA ISABEL (2011), “Ciber(des)cortesía en los foros de opinión de la prensa escrita”, *EULA*, 25: 353-79.
- WEBBER, BONNIE; PRASAD, RASHMI; LEE, ALAN; JOSHI, ARAVIND, (2019), *The Penn Discourse Treebank 3.0 Annotation Manual*, Philadelphia, University of Pennsylvania.
- WILSON, DEIRDRE (2006), “The pragmatics of verbal irony: Echo or pretence?”, *Lingua*, 116/10: 1722-43.
- YUS RAMOS, FRANCISCO (2011), *Cyberpragmatics. Internet-mediated communication in context*, Amsterdam, John Benjamins.
- YUS RAMOS, FRANCISCO, (2019), “Multimodality in Memes: A Cyberpragmatic Approach”, *Analyzing Digital Discourse*, eds. Patricia Bou-Franch; Pilar Garcés-Conejos Blitvich. London, Palgrave Macmillan: 105-31.

Eladio Duque es profesor del Departamento de Lengua Española y Teoría de la Literatura de la Universidad Complutense de Madrid y coordinador académico del Máster en Enseñanza del Español como Lengua Extranjera de la Universidad Internacional Menéndez Pelayo, donde también ha sido jefe de estudios y docente de los cursos de formación de profesores de español. Es autor de las monografías *Las relaciones de discurso* (Arco/Libros, 2016) y de *Palabras clave para organizar textos en español* (Routledge, 2019), este último en coautoría con Carmen Martín de León y Cristina García Hermoso.

eladio.duque.gomez@ucm.es