

Estrategias para la estructuración del discurso de los *youtubers* españoles*

IRENE MARTÍN DEL BARRIO

Universidad de Sevilla (España)

imdelbarrio@us.es

<https://orcid.org/0000-0002-8269-3052>

Cómo citar:

Martín del Barrio, I. (2024). "Estrategias para la estructuración del discurso de los *youtubers* españoles", *Pragmalingüística*, 32, pp. 429-450. <https://doi.org/10.25267/Pragmalinguistica.2024.i32.17>

ESTRATEGIAS PARA LA ESTRUCTURACIÓN DEL DISCURSO DE LOS YOUTUBERS ESPAÑOLES

RESUMEN: El propósito de este artículo es estudiar los mecanismos empleados por los creadores de contenido de YouTube para segmentar sus discursos en apartados y párrafos. Estos mensajes presentan la particularidad de ser, por un lado, orales, por lo que no se observan en ellos los mecanismos gráficos de segmentación de los textos escritos. Al mismo tiempo, el intercambio es asincrónico, lo que conlleva una mayor planificación que en las conversaciones informales. A partir del análisis de cuatro videos de divulgación científica publicados por cuatro *youtubers* españoles, comprobamos que la combinación de los criterios temático, de sintaxis discursiva, interactivo y multimodal resulta de gran utilidad para proponer una segmentación de estos discursos en apartados y párrafos. Todo ello muestra cómo los creadores de contenido explotan las posibilidades del medio digital para estructurar informativamente sus mensajes con el fin de ajustarlos a su intención comunicativa.

PALABRAS CLAVE: sintaxis del discurso; estructuración discursiva; *youtubers*; párrafo; discurso digital.

SUMARIO: 1. Introducción. 2. Marco teórico. 3. El corpus de trabajo. 4. Estrategias para la estructuración del discurso de los *youtubers*. 5. Conclusiones. 6. Referencias.

Fecha de recepción: 02/04/2024
Fecha de revisión: 10/04/2024
Fecha de aceptación: 18/07/2024
Fecha de publicación: 01/12/2024

STRATEGIES FOR STRUCTURING THE DISCOURSE OF SPANISH YOUTUBERS

ABSTRACT: This article aims to study the mechanisms used by YouTube content creators to segment their discourses into sections and paragraphs. These messages have some particularities. Firstly, they are produced in an oral medium, and, therefore, the graphic segmentation mechanisms of written texts are not observed. On the other hand, they are asynchronous, which entails more planning than informal conversations. By analyzing four popular dissemination videos uploaded by four different content creators, we found that the combination of thematic, discursive syntax, interactive, and multimodal criteria is useful to propose a segmentation of these discourses in sections and paragraphs. All this shows how content creators exploit the possibilities of the digital medium to structure the information in their messages and adjust them to their communicative intentions.

KEYWORDS: discursive syntax; discursive structure; YouTubers; paragraph; digital discourse.

SUMMARY: 1. Introduction. 2. Theoretical framework. 3. The research corpus. 4. Strategies for structuring the discourse of *youtubers*. 5. Conclusions. 6. References.

STRATÉGIES POUR LA STRUCTURATION DU DISCOURS DES YOUTUBEURS ESPAGNOLES

RÉSUMÉ : Cet article se propose d'étudier les mécanismes utilisés par les créateurs de contenu de YouTube pour segmenter leurs discours en sections et paragraphes. Ces messages ont la particularité d'être, d'une part, oraux, ce qui exclut les mécanismes graphiques de segmentation propres aux textes écrits. D'autre part, l'échange est asynchrone, ce qui nécessite une planification plus poussée que dans les conversations informelles. À partir de l'analyse de quatre vidéos de vulgarisation scientifique publiées par quatre youtubeurs espagnols, nous constatons que la combinaison des critères thématique, de syntaxe discursive, interactive et multimodale est très utile pour proposer une segmentation de ces discours en sections et paragraphes. Tout cela montre comment les créateurs de contenu exploitent les possibilités du médium numérique pour structurer informativement leurs messages afin de les adapter à leur intention communicative.

MOTS-CLÉS : syntaxe du discours; structuration discursive; youtubeurs; paragraphe; discours numérique.

SOMMAIRE: 1. Introduction. 2. Cadre théorique. 3. Le corpus de travail. 4. Les stratégies de structuration du discours des *youtubers*. 5. Conclusions 6. Références.

* Este trabajo se inserta dentro del proyecto de investigación "Las relaciones en la construcción del discurso: un enfoque multidimensional" (PID2021-122115NB-I00), financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación de España. Asimismo, ha sido desarrollado con ayuda de una beca para la Formación del Profesorado Universitario (FPU 2019) del Ministerio de Universidades de España.

1. Introducción

El estudio de la segmentación de los discursos es hoy en día una cuestión que sigue suscitando debate entre los investigadores. Unidades como el apartado o el párrafo, aparentemente intuitivas, han generado, sin embargo, numerosos estudios desde distintos ámbitos y aún existe una falta de consenso en su definición (Martínez Caro, 2014). En este artículo, analizamos los mecanismos de estructuración que actúan dentro del discurso digital y, en concreto, en los videos que los creadores de contenido de YouTube publican en sus canales. Partimos, para ello, de dos preguntas de investigación. Primeramente, nos proponemos comprobar si es posible identificar una segmentación en el discurso de los *youtubers*. En caso afirmativo, nos preguntamos a qué criterios acudir para reconocer las fronteras entre dichas partes.

Los discursos de los *youtubers* tienen algunas características que deben ser tenidas en cuenta. En primer lugar, su medio de transmisión es principalmente fónico (Koch y Oesterreicher, 1990 [2007]), por lo que no se dan en ellos marcas gráficas que indiquen una separación de bloques informativos, sino que la información está dispuesta en una cadena continua de habla. Sin embargo, aunque sean discursos orales, entre la creación y la recepción de los mensajes media una distancia temporal y espacial, lo que permite una mayor planificación de estos y los aproxima al polo de la distancia comunicativa (Koch y Oesterreicher, 1990 [2007]). Además, la condición mediada del discurso da pie a que los creadores de contenido acudan a otros recursos semióticos visuales y sonoros a su disposición, que insertan durante la edición de los videos, para marcar más claramente su intención comunicativa. Por último, la flexibilidad que ofrece el formato audiovisual permite que los mensajes sean tanto monologales (la opción mayoritaria) como dialogales (cuando se producen colaboraciones entre creadores), lo que obliga a conjugar unidades asociadas a estas dos modalidades en el momento de la segmentación.

2. Marco teórico

Para estudiar las estrategias de segmentación del discurso de los *youtubers* nos apoyamos en varios ámbitos teóricos, cuya necesidad se deriva de las particularidades antes señaladas sobre nuestro objeto de estudio. En primer lugar, dado que nuestro análisis enfoca el discurso como un todo estructurado en partes, necesitamos acudir a conceptos provenientes de la sintaxis del discurso. Para ello, nos apoyamos principalmente en el marco metodológico de la Lingüística pragmática, desarrollado por Fuentes Rodríguez (2000 [2017]), si bien lo complementamos con otras aportaciones. En segundo lugar, aunque los discursos sean mayoritariamente monologales, tienen siempre

en cuenta la recepción de la audiencia y la interactividad es un rasgo destacado (Martín del Barrio, e.p. a), por lo que nos resultarán de utilidad contribuciones procedentes del ámbito de la enunciación y la polifonía (Ducrot, 1984; Fuentes Rodríguez, 2004). Por último, la inserción de recursos de otros modos semióticos hace necesario apoyarse también sobre estudios que aborden la multimodalidad en el contexto digital (Duque, 2020; Sampietro, 2023).

2.1. LA LINGÜÍSTICA PRAGMÁTICA

De acuerdo con Fuentes Rodríguez (2000 [2017]: 13), la pragmática debe ser considerada como una perspectiva, un enfoque desde el que aproximarse al análisis de los discursos, pero que no implica perder de vista el estudio de los elementos lingüísticos concretos que articulan el texto. Teniendo esto en cuenta, el modelo propone una categorización de las unidades que conforman el discurso, así como de los elementos que intervienen en él.

Para esta investigadora, en un discurso pueden identificarse tres niveles: *superestructural*, *macroestructural* y *microestructural* (Fuentes Rodríguez, 2000 [2017]: 50-56). El primero alude a una estructuración superior, que tiene en cuenta las *secuencias* (narrativa, expositiva e instruccional) de las que se compone el mensaje y a partir de las cuales se puede caracterizar el tipo discursivo.

El segundo nivel, inmediatamente inferior, toma como unidad mínima los *enunciados* y estudia la manera en la que estos se relacionan para conformar unidades superiores. Este es el nivel en el que se sitúa nuestro análisis. Para la descripción de estos elementos intermedios, Fuentes Rodríguez aúna tanto nociones tradicionales como otras surgidas en los estudios de pragmática. Entre ellas, la *intervención*, el *intercambio* y el *párrafo* (Fuentes Rodríguez, 2000 [2017]: 94-95). Los términos de *intervención* e *intercambio* fueron diseñados para el discurso dialogal y han sido descritos en profundidad por el grupo Val.Es.Co. De acuerdo con su propuesta, una intervención es “la unidad monológica máxima estructural, generalmente asociada al cambio de emisor, que se caracteriza por ser o por provocar una reacción, prototípicamente, lingüística” (Val.Es.Co., 2014: 17). Las intervenciones pueden ser de tres tipos: *iniciativas*, *reactivas* o *reactivo-iniciativas*. Por su parte, el concepto de intercambio alude a “dos intervenciones sucesivas de distintos emisores, una de inicio y otra de reacción” (Val.Es.Co., 2014: 23).

En cuanto al concepto de *párrafo*, está más asociado a los discursos monológicos, aunque, según Fuentes Rodríguez, resulta compatible con la noción de diálogo, puesto que puede estar formado por un conjunto de enunciados o por uno o varios intercambios (Fuentes Rodríguez 2000 [2017]: 95). Esta unidad, como señala Martínez Caro

(2014: 201), no está exenta de problemas, ya que su elaboración se encuentra atravesada por las convenciones culturales de cada tipo discursivo. De forma general, se han identificado dos parámetros que lo definen: el contenido, vinculado al concepto de *tema* o *tópico*, y la forma, relacionada con las unidades discursivas que marcan sus fronteras (Martínez Caro, 2014: 198). Para la descripción de la forma, es rentable acudir a unidades del nivel supraoracional, como los complementos periféricos (Fuentes Rodríguez, 2007) o los marcadores del discurso (Fuentes Rodríguez, 2009 [2018]).

El ámbito de actuación de estas unidades es la *periferia* oracional, un espacio marginal del enunciado reservado para codificar información pragmática, vinculada al contexto situacional. Fuentes Rodríguez (2000 [2017]: 50-56) clasifica la influencia de la situación comunicativa en el discurso por medio de cuatro planos: *modal*, *enunciativo*, *informativo* y *argumentativo*. Los dos primeros, modal y enunciativo, se vinculan con la figura del hablante y abarcan tanto las modulaciones que este realiza de su propio *decir*, incluida la introducción de voces ajena en el discurso (Fuentes Rodríguez, 2007: 48), como la manifestación de la actitud subjetiva del hablante con respecto al *dictum*. Por lo que respecta a los dos planos restantes, *informativo* y *argumentativo*, ambos se relacionan con el oyente y hacen referencia a cómo el hablante dispone la información para él, si bien el primero alude a la jerarquización de los contenidos, mientras que el segundo tiene en cuenta que esa organización se orienta hacia el objetivo estratégico de guiar al interlocutor hasta una conclusión determinada.

En cuanto a la diferencia entre los marcadores del discurso y los complementos periféricos, esta radica tanto en su forma como en el grado de gramaticalización en el que se encuentra cada unidad. Los *marcadores del discurso* son unidades de mayor fijación y se dividen en *operadores* y *conectores* (Fuentes Rodríguez, 2018 [2009]: 15). Los *operadores* actúan respecto a un solo enunciado añadiendo matices vinculados a los cuatro planos del discurso, mientras que los *conectores* enlazan dos o más enunciados estableciendo entre ellos distintas relaciones. Por otro lado, los *complementos periféricos* son fruto de combinaciones sintácticas más libres y pueden desempeñar distintas funciones: circunstante, complemento de reinterpretación restrictiva, complemento tematizado, complemento focalizado o foco, complemento de modalidad y complemento de la enunciación (Fuentes Rodríguez, 2007: 15).

Por último, el nivel *microsintáctico* se corresponde con la sintaxis oracional. Hace referencia, por tanto, a la manera en la que se organizan las unidades sintácticas menores para formar los enunciados. Es necesario tener en cuenta que ninguno de los niveles actúa de forma independiente, sino que todos ellos interactúan. Por este motivo, entre el nivel macroestructural y el microestructural se producen a menudo trasvases de unidades (Fuentes Rodríguez, 2019).

2.2. ESTUDIOS SOBRE ENUNCIACIÓN

Anscombe (2008-2009: 23) sitúa el origen de las teorías sobre enunciación y polifonía en Bajtin y Ducrot. El primer autor propuso el rechazo al postulado de la *unicidad del sujeto hablante*, según el cual todo enunciado es obra de un único autor. En su lugar, propone la tesis de la *heterogeneidad enunciativa*, que defiende que todo discurso consiste en un coro de voces. También acuñó Bajtin los conceptos de *polifonía* y *dialogismo*, que aluden, respectivamente, a la inserción de una pluralidad de voces en los textos literarios y a la presencia de distintas autorías, lenguajes, puntos de vista, visiones del mundo y voces en los discursos en general (Puig, 2013: 128).

Con Ducrot (1984), las observaciones sobre la posibilidad de introducir voces ajenas en el discurso cobran forma en la *teoría de la polifonía*. Este autor propone distinguir entre tres figuras relacionadas con la enunciación: el *sujeto hablante*, el *locutor* y el *enunciador*. Anscombe (2008-2009: 30, 31, 35) explica, siguiendo a Ducrot, que el *sujeto hablante* es el autor intelectual del enunciado, el *locutor*, un ser discursivo que es presentado por el enunciado como su autor, y los *enunciadores*, actores insertos por el locutor y responsables de los puntos de vista que se escenifican.

Posteriormente, Fuentes Rodríguez (2004) afina esta distinción, que en ocasiones presenta contradicciones entre las distintas obras, acudiendo a los conceptos de *enunciación*, *aserción* y *modalidad*. La *enunciación* es el acto de emitir un enunciado, la *modalidad*, la actitud subjetiva expresada por el hablante y la *aserción*, el compromiso adquirido con lo dicho. Siguiendo estos conceptos, Fuentes Rodríguez defiende que el *sujeto empírico* es el que produce formalmente el discurso, el *locutor*, el que lo emite (es decir, el que se hace cargo de la *enunciación* y la *modalidad*) y el *enunciador*, el que asume la responsabilidad de lo dicho (y al que, por tanto, le corresponde la *aserción*).

Las herramientas teóricas proporcionadas por la *teoría de la polifonía* tendrán un aprovechamiento limitado para los objetivos de este trabajo, pues nos servirán principalmente para identificar la aparición de otros locutores, en relación con los conceptos de *intervención* e *intercambio* antes presentados. No obstante, en trabajos previos mostramos cómo la interacción fingida con la audiencia a través de estrategias de polifonía es un elemento fundamental de los discursos de los *youtubers* (Martín del Barrio, e.p. a).

Completamos estas aportaciones sobre la enunciación con algunos conceptos relacionados con la interacción y, más en concreto, con la inserción del destinatario dentro del discurso. Calsamiglia y Tusón (2012: 131-136) mencionan algunos mecanismos por los que el *tú* puede inscribirse en un texto: las fórmulas de tratamiento, los deicticos y los sintagmas nominales, entre los que se encuentran tam-

bién los honoríficos. Por último, nos resultará también de utilidad el concepto de *acto de habla* desarrollado por Searle (1990), que recoge la posibilidad de que ciertos enunciados emitidos en las condiciones adecuadas se asemejen en sus efectos a una acción destinada a otra persona. Para Searle, los actos de habla se pueden dividir en cinco tipos: asertivos, directivos, compromisivos, expresivos y declaraciones. Todas estas contribuciones nos permitirán localizar en el discurso que nos ocupa aquellos momentos en los que la interacción con la audiencia tiene un papel preponderante.

2.3. ESTUDIOS SOBRE MULTIMODALIDAD EN EL DISCURSO DIGITAL

La multimodalidad se define como la combinación de códigos semióticos diferentes en un mensaje (Sampietro, 2023: 23). Aunque todo tipo de comunicación es multimodal (por ejemplo, las conversaciones cara a cara, los textos publicitarios, los artículos periodísticos, etc.), la integración de recursos semióticos diversos ha sido señalada como una característica sobresaliente del contexto digital (Sampietro, 2023: 7). Hasta la fecha, son ya numerosos los trabajos que han abordado la cuestión de la multimodalidad en distintos tipos de discurso (entre ellos, Kaltenbacher, 2007; O'Halloran, 2012; Taboada y Habel, 2013; Das y Taboada, 2018; Kress, 2023). En lo que respecta al análisis del discurso digital, también es creciente el número de estudios dedicados a este fenómeno (Androutsopoulos, 2011, 2021; Duque, 2020; Fröhlich, 2020; Yus, 2021; Sampietro, 2023).

En Sampietro (2023), se recogen tres ámbitos principales desde los que se ha abordado el análisis de la multimodalidad: los estudios sobre las *relaciones del discurso*, que abordan la articulación de la coherencia y la cohesión en los discursos multimodales, la *semiótica social*, que analiza la construcción del significado como fruto de la interacción entre modos semióticos, y el *análisis del discurso*, que estudia la manifestación por medios multimodales de elementos como la emoción, los gestos, los actos de habla o el humor. Entre estas perspectivas, nos situamos más próximos a la primera.

En lo que respecta al papel de los elementos de otros modos semióticos, ha sido ya señalado que su presencia no es meramente estética, sino que a menudo desempeñan funciones en los discursos en los que aparecen. Por ejemplo, Fröhlich (2020) ha demostrado la productividad de estos elementos en el desarrollo de distintas actividades de imagen. Por otro lado, dentro del ámbito de las relaciones del discurso, diversos autores han realizado algunas propuestas de clasificación de los tipos de relaciones que se establecen entre texto e imagen. Una de las más antiguas es la de Chen *et al.*, (2015), aplicada por Sampietro (2023: 26-32) a su análisis. Estos autores identifican cuatro funciones: *intercambiar información* (la imagen sustituye a la descripción de

un objeto), *proporcionar detalles visuales* (la imagen amplia la información proporcionada verbalmente), *contextualizar* (la imagen proporciona información sobre el lugar en el que se encuentra el hablante) y *compartir momentos juntos* (la imagen escenifica momentos de intercambio social entre personas, reforzando así el vínculo que las une).

Otra de las clasificaciones propuestas es la de Duque (2020), quien aplica su categorización de las relaciones del discurso verbales (Duque, 2016) al contexto multimodal. El investigador observa que, previamente a la asignación de las relaciones, es posible distinguir entre aquellas imágenes que aluden a la propia situación de enunciación y las que remiten al contenido del mensaje (*o dictum*) (Duque, 2020: 155-156). Posteriormente, distingue, partiendo de una perspectiva cognitiva, tres familias de relaciones que forman un continuo con fronteras permeables: *de ampliación*, *de semejanza* y *de causalidad* (Duque, 2020: 146-147). Las relaciones *de ampliación* establecen lazos de correferencia entre texto e imagen y se caracterizan por añadir información visual a la expresada verbalmente. Las relaciones *de semejanza* permiten establecer paralelismos entre dos informaciones, bien hacia la oposición, bien hacia la similitud, a menudo apoyándose en una comparación visual. Por último, en las relaciones *de causalidad*, la imagen representa de forma hiperbólica la consecuencia de lo enunciado en un texto.

De cara a este trabajo, las observaciones realizadas por otros investigadores nos permiten partir del supuesto de que los elementos de otros modos semióticos actúan conjuntamente a la información verbal en la construcción del significado del discurso. No obstante, dado el objetivo que perseguimos en este trabajo, nos centraremos solamente en aquellos recursos multimodales que contribuyan a segmentar el discurso en partes. Por otro lado, en nuestro análisis tenemos en cuenta una particularidad del discurso de YouTube, pues su carácter audiovisual conlleva que la multimodalidad no solamente se manifieste en forma de relaciones entre texto escrito e imagen, sino que se producen otras interacciones. Encontramos, por tanto, en nuestro corpus, tanto discurso oral como escrito, así como elementos visuales, sonoros y audiovisuales actuando juntamente con lo verbal.

3. El corpus de trabajo

Como material de análisis hemos tomado una muestra formada por vídeos extraídos de la red social YouTube. Este ha sido elaborado en dos fases. En primer lugar, realizamos una primera selección de canales basada en dos criterios: un criterio de relevancia y otro de contenido. Con el criterio de relevancia buscamos estudiar aquellas figuras que han obtenido unas tasas de seguimiento lo suficientemente altas para considerar a los creadores como personalidades influyentes en la

plataforma. Con este fin, establecemos un corte mínimo de 500 000 suscriptores en su canal. El segundo criterio de selección constituye una acotación de la temática. En este trabajo, como punto de partida, hemos tomado únicamente vídeos pertenecientes al ámbito de la divulgación científica, con el propósito de otorgar mayor uniformidad a la muestra.

En segundo lugar, acotamos el número de vídeos que serán analizados dentro de cada canal, siguiendo, de nuevo, varios criterios: uno temporal, que elimina los que no fueran publicados entre 2018 y 2020, y otro de relevancia, que recoge aquellos vídeos con un número de visualizaciones superior a la media. Seguidamente, estos vídeos son transcritos tomando como modelo la normativa del corpus Val.Es.Co. (Pons Bordería, s.f.), a cuyas directrices añadimos un símbolo de creación propia, (-c-), que refleja los cortes de edición, así como comentarios entre paréntesis, que recogen elementos no verbales relativos a gestos y efectos de edición.

De cara a este trabajo, hemos seleccionado cuatro vídeos de cuatro canales: @Ter, sobre arquitectura, @AntonioGarcíaVillarán, sobre arte, @LagatadeSchrödinger, sobre ciencia, y @QuantumFracture, sobre física (tabla 1). Estos vídeos, por el carácter formal de su contenido, suelen tener una mayor planificación y, por tanto, se aproximan más al polo de la distancia comunicativa de Koch y Oesterreicher (1990 [2007]). Esto implica que, de entrada, se pueda anticipar una estructuración más explícita de sus discursos.

CANAL	TÍTULO DEL VÍDEO	DURACIÓN	NÚMERO DE VISUALIZACIONES [20/03/2024]
Ter	2018-07-01_Manifiesto en Defensa del Millennial TER_Ter	19:44 minutos	1 062 894
Antonio García Villarán	2019-05-13_CRÍTICA AL RETRATO DEL REY PARA EL CONGRESO DE LOS DIPUTADOS_Antonio García Villarán	22:48 minutos	576 063
La gata de Schrödinger	2018-03-19_LA ESTAFADA DE LA PSICOLOGÍA POSITIVA Y LA AUTOAYUDA_La gata de Schrödinger	8:08 minutos	550 409
Quantum-Fracture	2019-06-12_¿Por qué No se Puede Tocar “Cumpleaños Feliz” en un Tambor? (feat. Jaime Altozano)_QuantumFracture	13:17 minutos	2 174 950
Tiempo total		1:03:57 horas	

Tabla 1: Lista de canales y vídeos analizados

4. Estrategias para la estructuración del discurso de los *youtubers*

El análisis del material nos lleva a defender la combinación de criterios distintos como estrategia para identificar las fronteras entre bloques de información dentro de los mensajes de los *youtubers*. El primer criterio es de tipo *temático* y atiende al contenido semántico del discurso, es decir, a la progresión de los tópicos. El segundo criterio es de *sintaxis discursiva*. Concierne principalmente a la estructuración informativa en el nivel macroestructural y tiene en cuenta la aparición de unidades como los marcadores del discurso o los complementos periféricos, que proporcionan un marco interpretativo para los enunciados o señalan el tipo de relación que une unos con otros.

Tanto el criterio *temático* como el de *sintaxis discursiva* son los que más a menudo suelen ser tenidos en cuenta para la segmentación de los párrafos (Martínez Caro, 2014: 198). Sin embargo, a estos se pueden añadir otros. En este monográfico, Pérez Béjar (e.p.) reflexiona en torno a la unidad del párrafo y considera la posibilidad de acudir a criterios relativos a la enunciación y la estructura polifónica, por un lado, o relacionados con el componente visual, por otro. Tendremos, por tanto, en cuenta, un tercer criterio *interactivo*, que atiende a fenómenos como el cambio de locutor o la aparición de actos de habla dirigidos a la audiencia. Y un cuarto criterio *multimodal*, que, en nuestro caso, incorpora tanto lo visual como lo auditivo, pues recoge elementos como el empleo de transiciones y cambios de plano, la inserción de imágenes y videos, la superposición de efectos visuales y sonoros o la selección de la música de fondo.

Desde nuestro punto de vista, ninguno de estos criterios, por sí solo, es suficiente para señalar con claridad las fronteras entre segmentos de información. Aunque la progresión *temática* prevalece como guía, es necesario, sin embargo, acudir a los demás para señalar con mayor exactitud el punto de separación entre las unidades intermedias que nos ocupan: los apartados y los párrafos. El análisis que sigue pretende ser una muestra de la rentabilidad de esta estrategia.

4.1. SEGMENTACIÓN EN APARTADOS

En los vídeos analizados, hemos podido identificar una misma estructura que se repite. De forma general, los discursos siguen una disposición tripartita, formada por un segmento de inicio, otro central y otro de clausura. Esta estructura ha sido observada en trabajos previos (Martín del Barrio, e.p. a, b), lo que apunta a que es independiente de la temática, si bien sería necesaria una indagación más profunda para comprobarlo.

Dentro del inicio, se pueden reconocer dos partes. Denominamos a la primera *marco* asemejándolo al concepto de *marco argumentativo*

expuesto por Fuentes Rodríguez y Alcaide Lara (2002). Este *marco* suele consistir en una intervención llamativa del creador de contenido, que se sitúa en el inicio absoluto con el fin de atraer la atención de la audiencia sobre el vídeo. Un segundo momento sería la *presentación*, en la que suele situarse un saludo ritual e identificativo del *youtuber*, así como una explicación sucinta del objetivo del vídeo.

En los fragmentos de inicio que siguen (1, 2 y 3) se repite la misma estructura, formada por un marco y una presentación. En todos ellos, acudir a la combinación de criterios antes mencionada resulta de gran utilidad para su segmentación, si bien, de entrada, el criterio *interactivo* permite separar el principio del vídeo, caracterizado por la proliferación de actos de habla dirigidos a la audiencia (Martín del Barrio, e.p. a), del cuerpo del discurso.

- (1) **@AntonioGarcíaVillarán: ((Marco))** (Antonio García Villarán tiene un lápiz tras la oreja y sujetá una libreta) Muy bien↓/ Pueh hoy te voy a poner↑/ una tapa de Felipe↑/ a lo sexto↓/ (-c-) (Zoom in) Que sí↓ que eh una tapa pequeñita↑/ un poquito sosa↑/ y la mita está→ fuera del plato↓ (-c-) (Cabecera: Antonio García Villarán hace gestos con las manos mientras suena el himno de España en música electrónica y aparecen filtros rojos y amarillos) (-c-) **((Presentación))** (Pitido) (En la parte inferior de la pantalla, se lee: www.antoniogarcaviillaran.com) Hola↓ / soy Antonio García Villarán↑ / y en ehta tapa↑ (Pitido) (Desaparece la página web y a la izquierda aparecen los logos de Instagram, Facebook y Twitter y el texto: [@antoniocrea13](#) / [antoniogarcaviillaran](#) / [AntonioGarciaVillaran](#)) te voy a hablar↑ / del nuevo retrato↑ / de nuchtro querido rey↑ / (Zoom in) Felipe sexto↑
(2019-05-13_CRÍTICA AL RETRATO DEL REY PARA EL CONGRESO DE LOS DIPUTADOS_Antonio García Villarán)

En el ejemplo (1), el criterio de *sintaxis discursiva* nos permite identificar dos marcadores de inicio de turno que dan comienzo al vídeo (*muy bien, pues*). El acto atractivo de la atención propio del *marco* es, en este caso, una actividad de descortesía destinada al monarca Felipe VI, que se desempeña mediante la imitación de una interacción de servicio a través de la cual se compara metafóricamente el retrato del rey con una tapa corriente de un bar. Seguidamente, atendiendo al criterio *multimodal*, identificamos un elemento de otro modo semiótico, un fragmento de video, que actúa a modo de cabecera y como separador entre ese primer momento humorístico y el bloque informativo que sigue: la presentación del vídeo. Este segundo segmento está encabezado por un acto de habla *interactivo* ritualizado, el saludo de Antonio García Villarán, que precede a la explicación del objetivo del vídeo, lo que supone un cambio de tema que adscribimos al criterio *temático*.

- (2) **@Ter: ((Marco))** (Ter está comiendo melón partido en trozos en un plato con un tenedor) Ya es temporada↑/ de melón↓/// (Se come un trozo) (Muestra otro a cámara y se lo acerca a la boca) (-c-) **((Presentación))** (Mirando a cámara) Bueno↓/ he de decir que yo en general/ estoy bastante en contra de los *disclaimers*↓/ porque me parece que/ interrumpen la *performance*/ y dan bajona↓/ porque tú deberías ya venir de tu casa con el *disclaimer* en la cabeza↑ porque/ se espera de ti↑ un/ nivel de/ lamentabilidad/ bajo↓/ al menos en este canal↓/ (-c-) pero aun así↑ (-c-) ((yo)) voy a hacer un *disclaimer* en esta ocasión porque hay gente en internet que es MUY PESADA↑/ (-c-) en este video↑/ (-c-) quiero/ (Cambio del tono de voz) *exponer una serie de características* que yo considero que tiene la generación *millennial*↑ pero/ evidentemente↑/ pues lo hago desde MI perspectiva↑/

(2018-07-01_Manifiesto en Defensa del Millennial | TER_Ter)

En el segundo ejemplo, (2), Ter comienza el vídeo mediante un *marco*, en el que realiza una acción que se podría asociar a una escena “fuera de cámara” (comer un trozo de melón), la cual dota de autenticidad al vídeo. Seguidamente, realiza una afirmación sobre la fruta, que, dentro del criterio *temático*, infringe la máxima de relación, pues este primer segmento informativo se aleja por completo del objetivo del vídeo. El criterio *multimodal* señala un corte de edición y un cambio en el comportamiento cinésico dirigido al destinatario (la mirada fija a cámara), que suponen una transición entre el *marco* y la *presentación* del vídeo. A continuación, un marcador discursivo de inicio de turno (*bueno*) introduce un cambio de tema. La creadora de contenido presenta seguidamente el objetivo del vídeo y desarrolla una actividad de protección de la propia imagen (*captatio benevolentiae*) restringiendo las afirmaciones que va a realizar a su opinión personal.

- (3) **@LagatadeSchrödinger: ((Marco))** «Hey»↑/ pero ¿qué pasa↑ chavales?↑// ¿Todo bien?↑/ ¿Todo coorrecto?↑// (Sonido de disco rayado) Que nooo↓/ Que si me copio de este saludo sí que me van a acusar de plagio↑ pero esta vez↑/ con razón↓ (-c-) (Fragmento de un vídeo de AuronPlay:

AP: ¡Tengo miedo!») (-c-)

@LagatadeSchrödinger: ((Presentación)) (Música de fondo japonesa) Bueno↓/ lo primero↑/ (Sonido de alarma) (Aparece un texto parpadeante: **⚠️ ALERTA TURRA ⚠️**) agradecer inmensamente↑ el apoyo recibido→/ todos estos días↑ con todo lo que ha pasado↑// He leído todos los comentarios↑/ tal-nto los buenos como los→/ no tan buenos↑/ como las críticas↑/ como los directamente insultos↓

(2018-03-19_LA ESTAFÁ DE LA PSICOLOGÍA POSITIVA
Y LA AUTOAYUDA_La gata de Schrödinger)

Finalmente, en el ejemplo (3), La gata de Schrödinger comienza el *marco* con un saludo ritual. Aunque inicialmente vinculamos los salu-

dos a la *presentación*, consideramos este segmento como *marco*, puesto que la creadora reproduce el de otro *youtuber*, AuronPlay, en un juego humorístico destinado a captar la atención. Al mismo tiempo, responde de forma descortés a quienes le habían acusado de plagio previamente. A continuación, dentro del criterio *multimodal*, un corte de edición y un fragmento de vídeo inserto actúan, al igual que en (1), como separadores entre el primer bloque informativo y el segundo, o *presentación*, que está, además, enmarcado por una música de fondo que se mantiene a lo largo del vídeo. Por último, vinculado al criterio de *sintaxis discursiva*, encabeza la presentación un marcador de inicio de turno (*bueno*), que acompaña un acto de habla cortés, un agradecimiento, destinado a la audiencia.

En segundo lugar, en el segmento central o *cuerpo del discurso* destacan las estrategias de división del contenido en párrafos, que serán tratadas en el apartado siguiente. Por último, en cuanto a la *clausura*, esta se compone habitualmente de una *despedida*, en la que el creador apela a la audiencia por última vez y les pide que reaccionen al vídeo, y un momento final, o *cierre*, el cual, de forma semejante al *marco*, actúa como último momento llamativo que busca retener a la audiencia hasta el final. Nuevamente, el criterio *interactivo* tiene un papel de gran relevancia para distinguir la *clausura del cuerpo del discurso*, y nuevamente la combinación de los demás criterios nos resulta rentable para la identificación de sus componentes. Estudiamos a continuación dos ejemplos de clausuras (4 y 5):

- (4) **@AntonioGarcíaVillarán: ((Conclusión))** Sin duda↑/ Ana Pahtor tiene/ toda la razón↓ ¿eh?↑/ (-c-) Dice que pronto↓/ este gran trabajo de Cortés↑/ (-c-) se convertirá/ en un ícono de referencia↑/ del Jefe de Estado↓/ (-c-) (Zoom in) Y eh que→/ en cierto modo/ refleja lo que eh/ perfectamente nuestra monarquía↑ ¿eh?↑/ Alguien que ehtá ahí sentado↑/ mirán«donoh»↑// sin hacer nada↑/ Y mira/ Ana Pahtor↓/ (Zoom out) parece que hah acertao' ¿eh?↑/ Pero mira// yo↑/ para ser franco↑ (Aparece la imagen del cuadro en la que se ha sustituido la cabeza de Felipe VI por la de Francisco Franco) a mí→/ ehte retrato↑// (Plano de Antonio García Villarán) no me guhta↓/ (Zoom in) No me guhta↑ (-c-) **((Despedida))** (Zoom out) Y a ti↑/ ¿qué pasa?↓/ ¿Te guhta?↑/ ¿No te guhta?↑/ ¿Te parece bien?↑/ ¿Te parece mal?↑/ ¿Piensah que podía haberlo hecho mejor?↓/ (-c-) (Zoom in) ¿Piensah que otro pintor/ O OTRA PINTORA↑/ podría haber hecho un trabajo→/ (Zoom out) máh interesante?↑/ (-c-) (Zoom in) (Señala abajo) Déjamelo todo aquí en comentarios↑/ (-c-) (Zoom out) No olvideh reventar el botón de like↑/ (-c-) (Antonio García Villarán tiene una libreta en la mano y se saca el lápiz de detrás de la oreja) Y ehpérate no te vayah que te tengo que apunta' la→ cuenta↑/ que me debees→ (Escribe en la libreta) (Sonido de escritura) (Da un toque con el lápiz en la libreta) (Sonido de pompa) (-c-) (Zoom in) ochenta y ocho mil→/ euritos↑/ (-c-) (Zoom out) Y noh vemos↑/ muy↑ pronto↓ (-c-) **((Cierre))** (Transición con fon-

do negro) (Música rock de fondo) (Filtro en blanco y negro) (Aparece abajo a la izquierda el enlace a su canal y a la derecha el enlace a otro vídeo de Antonio García Villarán) Listo↑/ Lihto eh→ el pintor↓ me parece a mí↓ (Sube el volumen de la música) (Bebe agua) (Fondo negro y música)

(2019-05-13_CRÍTICA AL RETRATO DEL REY PARA EL CONGRESO DE LOS DIPUTADOS_Antonio García Villarán)

El ejemplo (4) representa el cierre del vídeo correspondiente a (1). La primera parte, o *conclusión*, pertenece todavía al *cuerpo del discurso*. En ella, el *youtuber* dirige una última operación descortés a la monarquía, encabezada por el operador *sin duda*, que refuerza argumentativamente el segmento. A continuación, dentro del criterio de *sintaxis discursiva*, un conector interactivo de focalización informativa (*mira*) introduce finalmente su opinión sobre el cuadro analizado, con lo que se cumple el objetivo del discurso y concluye el *tema principal*. La aparición de un elemento *interactivo*, una pregunta directa al destinatario (*Y a ti ¿qué pasa?*) actúa como frontera entre el *cuerpo* y la *clausura*. Esta última está compuesta por una serie de actos de habla directivos destinados al espectador que tienen como finalidad promover su participación en el vídeo. Por su carácter recurrente, es habitual el empleo del imperativo sin más elementos de atenuación (Martín del Barrio, e.p. b). Este bloque concluye con otro elemento *interactivo*, la despedida ritual identificativa del creador (*Y nos vemos muy pronto*). Tras ella, da comienzo el *cierre*. Acudiendo al criterio *multimodal*, identificamos una transición con fondo negro, el comienzo de una música diferente y la superposición de un filtro en blanco y negro, que suponen una separación visual y auditiva de los dos bloques de información. Finalmente, el último enunciado constituye un último acto de descortesía dirigido al pintor del cuadro.

- (5) **@QuantumFracture: ((Conclusión))** (Plano de Crespo y Jaime Altozano en el laboratorio) Así que en definitiva→// ¿Se puede tocar Cumpleaños feliz en un tambor?↑ (-c-) (Fragmentos alternos de vídeos de músicos tocando Cumpleaños feliz en un tambor. Abajo a la derecha se indica la fuente) (-c-)
@JaimeAltozano: (Plano de Crespo y Jaime Altozano en el laboratorio) La respuesta↑ es→/ que sí↑
@QuantumFracture: Siempre que tengas bastantes tambores↑/ o seas→/ muy pro→// con la membrana↓ (-c-)
@QuantumFracture: ((Despedida)) (Música alegre de fondo) Gente↑/ esto es todo por hoy↓/ (Aparece con deslizamiento hacia arriba el escudo de la Universidad Politécnica de Madrid) Agradecer enormemente a la Universidad Politécnica de Madrid↑/ por dejarnos→// estas instalaciones↑/ (-c-) (Se detiene la música) (Zoom a Jaime Altozano, que hace un gesto con los pulgares hacia arriba. Arriba, el texto: *bai-

la por la ciencia)* (-c-) (Vuelve la música) (Mira a Jaime) Y→ Jaime↑// muchas gracias por pasarte↑ por QuantumFracture→ / otra vez↑

@JaimeAltozano: (Golpea la mesa)

@QuantumFracture: Invitado quedas↑/ paraa→/ cuando quieras↑

@JaimeAltozano: (Se detiene la música) ¿Para hacerte cantar?↑

@QuantumFracture: (Zoom a la cara de Crespo) (Mira a cámara con gesto de molestia) (-c-) (Zoom out) (Vuelve la música) E id corriendo TODO el mundo al canal de Jaime↑/ porque→/ hemos/ hecho↑/ otro video↑/ en el que estamos utilizando→ el PODER del electromagnetismo↑/ (Se introduce con una transición hacia abajo varios fragmentos de video de los dos haciendo un experimento con un vaso de cubata) para hacer↑/ que/ un/ vaso de cubata↑ se convierta en un altavoz↑/ [...]

@JaimeAltozano: (Plano de Crespo y Jaime Altozano en el laboratorio) Tenéis el *link* en la descripción↑ (-c-)

@QuantumFracture: Y ya sabes↓ si quieres más ciencia↑/ solo tienes que suscribirte↓ **((Cierre))** (Se detiene la música) (Zoom in) (Se inclina y señala a Jaime con los dos dedos) (Con voz nerviosa) Vamos Jaime↑/ Esta vez no me puedes fallar↓

@JaimeAltozano: (Zoom a la cara de Jaime Altozano) (Mira a cámara con gesto divertido) Bueno, adiósóó-

@QuantumFracture: NO↑(-c-)

(Fondo fucsia. En el centro, el texto: *MÁS VÍDEOS*. Música alegre de piano compuesta por Jaime Altozano. Este es el cierre de los videos de Ter, no de QuantumFracture. Arriba a la derecha, el video del canal de Jaime Altozano antes mencionado) (Aparece sobre el fondo fucsia el formato de texto característico del canal de QuantumFracture. Arriba a la izquierda, el texto: *REALIZADO POR: JOSÉ LUIS CRESPO CE-PEDA Y JAIME ALTOZANO / GRACIAS A: MARTA GIL BARBA, A FRANCISCO AZNAR BALLESTA Y A ALMUDENA M. CASTRO (@PURATURA) POR SUS COMENTARIOS Y A ANDRÉS SALOM (@ANDRESSALOM) POR SU APOYO AUDIOVISUAL. / GRACIAS TAMBIÉN A LA ETS INGENIERÍA Y SISTEMAS DE TELECOMUNICACIONES POR DEJARNOS GRABAR EN SUS INSTALACIONES / ¡REFERENCIAS Y MÁS COSAS EN LA DESCRIPCIÓN!*. Debajo, el logo del canal con un enlace y el texto: *SUSCRÍBETE / SI QUIERES MÁS CIENCIA ¡PULSA AQUÍ!*. Y, a la derecha, debajo del enlace al vídeo, el texto: *¡SIGUEME EN MIS REDES! / @QUANTUMFRACTURE*, seguido de los logos de Twitter, Facebook e Instagram).

(2019-06-12_¿Por qué No se Puede Tocar “Cumpleaños Feliz” en un Tambor? (feat. Jaime Altozano)_QuantumFracture)

Por su parte, el ejemplo (5) pertenece a un vídeo grabado por José Luis Crespo para su canal @QuantumFracture, en colaboración con el *youtuber* Jaime Altozano. La reflexión en torno a si es posible tocar *Cumpleaños feliz* con un tambor vertebral todo el discurso. La conclusión, que aún forma parte del *cuerpo del discurso*, está formada por tres *intervenciones* que, a nuestro juicio, componen un *intercambio*.

Primeramente, Crespo retoma la pregunta principal en una intervención iniciativa. Tras ella, se recoge un segmento de vídeo que actúa como prueba a favor de una respuesta afirmativa, la cual se hace explícita en la intervención reactiva de Jaime Altozano. Una última intervención de Crespo, que constituye un enunciado de reinterpretación restrictiva (Brenes Peña, 2019), cierra el cuerpo del discurso. Queda satisfecho el objetivo del video, por lo que se cierra el *tema*. La transición entre el *cuerpo* y la *despedida* está marcada por un cambio en la música de fondo, vinculado al criterio *multimodal*, y un elemento de apelación (el vocativo *gente*), vinculado al criterio *interactivo*. Ambos dan comienzo a la *despedida*, caracterizada por la interacción con la audiencia. Esta abarca, primero, algunos actos de habla expresivos en forma de agradecimientos destinados a los colaboradores: la Universidad Politécnica de Madrid y el *youtuber* Jaime Altozano, quien responde con un acto descortés con función lúdica dirigido a su compañero. Después, se siguen otros actos directivos: las peticiones de participación a la audiencia, la última de las cuales es ritual e identificativa del creador (*Y ya sabes, si quieres más ciencia, solo tienes que suscribirte*). A continuación, el criterio *multimodal* permite identificar la transición entre la *despedida* y el *cierre*, marcada por la interrupción de la música y el zoom. El *cierre* está formado únicamente por la despedida ritual, que Crespo cede a Jaime Altozano. Esto da pie a un último momento humorístico apelativo de la audiencia, pues, de forma semejante a lo que sucede en el ejemplo (3), Jaime utiliza la despedida de otra creadora, Ter. Finalmente se incorporan, con otro cambio de música, los créditos del vídeo, en los que se combinan con finalidad humorística elementos visuales identificativos de los canales de QuantumFracture y Ter, además de otras peticiones de participación en texto escrito.

4.2. SEGMENTACIÓN EN PÁRRAFOS

La tercera parte de los vídeos la constituye el cuerpo del discurso. Este es el que ocupa mayor extensión y dentro de él se pueden identificar unidades intermedias, que asociamos, siguiendo la clasificación de Fuentes Rodríguez (2000 [2017]: 94-95), a los *párrafos*. Aunque esta unidad se encuentra todavía en proceso de estudio, la combinación de los criterios de sintaxis discursiva, interactivo, multimodal y temático nos resulta aquí de utilidad para marcar sus fronteras. Veámoslo a partir del análisis de cuatro ejemplos (6, 7, 8 y 9):

- (6) **@Ter:** el algoritmo de *Instagram*↓/ que me ordena las *stories*↑/ (Aparece en el lado derecho una captura de pantalla del *Instagram* de Ter) según lo que a mí me interesa↑ o sea/ siempre me pone las (Una flecha roja señala el lugar en el que se encuentran las *Stories* de las

Kardashian) Kardashian lo primero↑ (-c-) y luego↓ me pone al final↑ pues toda la gente a la que/ sigo por compromiso↓ / ¿sabes?↓ / (-c-) **((Párrafo 3))** luego para seguir↑/ somos una generación (Aparece arriba a la izquierda el texto: 3. PRENSA ROSA)/ que ha/ legitimado la prensa rosa↓ / (-c-) antiguamente hablar de la vida privada de la gente se consideraba una cosa ordinaria y→/ chabacana y cutre↑ ¿sabes?↑ y ahora es/ una cosa casi de autoayuda↑/

(2018-07-01_Manifiesto en Defensa del Millennial | TER_Ter)

- (7) **@Ter:** Todo eso↑ es/ la privacidad de un ser humano↓ es/ su intimidad↓ / y hay famosos que han decidido CONTAR TODO ESO↑/ (-c-) para que yo pueda/ (Se inclina hacia adelante y abre las manos) ASOMARME a su vida↑/ como si fuera una ventana↑/ y poder observarlo y poder/ (-c-) entender qué/ decisiones han tomado ellos↑ para poder aplicármelas yo a mi vida↓ / (-c-) **((Párrafo 4))** y obviamente para conseguir todo esto↑/ para conseguir EL MILAGRO de que yo pueda ver una/ ENTREVISTA↑ de (Aparece arriba a la derecha un fragmento de vídeo de una entrevista a Cardi B) CARDI B↑/ que vive/ súper lejos de mí/ que no me conoce que no sabe nada de mí↓ / una entrevista en la que se abre por completo y me cuenta cómo ha sido su vida↑// para conseguir todo eso↑/// °(pues ha sido necesario/ internet)°↓ / (-c-) ahí es a donde había que llegar↑ (Aparece arriba a la izquierda el texto: 4. INTERNET)/ a internet↑/

(2018-07-01_Manifiesto en Defensa del Millennial | TER_Ter)

Estos dos primeros ejemplos corresponden al vídeo de la misma *youtuber*, Ter. En (6), distintos elementos justifican la separación de párrafos propuesta. Uno es el cambio de *tópico*, pues Ter comienza hablando sobre redes sociales para después introducir el nuevo tema de la prensa rosa. Este cambio viene, a su vez, marcado por recursos tanto de *sintaxis discursiva* como *multimodales*: el conector temporal *luego*, el conector ordenador discursivo enumerativo *para seguir* y la etiqueta temática en forma de texto escrito (3. PRENSA ROSA) introducida durante el proceso de edición. Por otro lado, en el ejemplo (7), se repiten los recursos del cambio de *tema* (de la prensa rosa a internet) y la etiqueta escrita (4. INTERNET), pero observamos como recurso de *sintaxis discursiva* una estructura de focalización. Esta se articula a través de la repetición, gracias a la recursividad de la lengua, de las oraciones subordinadas finales y de relativo, que permiten retrasar la introducción del nuevo *tópico* y destacarlo así informativamente sobre los demás. El nuevo tema se introduce también mediante la acción conjunta del encapsulador *todo eso* y el conector ordenador discursivo continuativo *pues*.

- (8) **@QuantumFracture: ((Párrafo 22))** (Música relajante de fondo) (Animación en la que aparece el segundo gráfico, correspondiente a la estructura bidimensional del tambor) La cosa↑/ es que si uno mira las

frecuencias→ de una membrana↑/ (Sonido de deslizamiento) (Aparece debajo con un deslizamiento hacia arriba el primer gráfico y se iluminan algunas barras de ambos) algunos de estos modos↑/ tienen frecuencias↑/ que SÍ↑ están a una distancia/ MUY similar a la serie armónica// (El gráfico de abajo desaparece con deslizamiento hacia abajo) Es decir↓/ que si encontraras↓/ una↑ manera de (Sonido de deslizamiento) (Algunas barras bajan de forma que solo queden las que coincidían con los modos armónicos) SOLO↑ activar esos modos↑/ (Aparecen notas de colores) podrías tocar notas musicales↓/ (-c-)

@QuantumFracture: (Plano de Crespo sentado en una jaula de Faraday) (**(Párrafo 23)**) En el caso de las láminas de un xilófono↑/ esto se consigue↑ CAMBIANDO su estructura↓/ [...]

@JaimeAltozano: (Plano de Jaime Altozano en el laboratorio) (**(Párrafo 24)**) Y en un timbal↑/ una conga↑/ o en unos bongos↑/ ocurre algo similar↑/ (-c-)

(2019-06-12_¿Por qué No se Puede Tocar “Cumpleaños Feliz” en un Tambor? (feat. Jaime Altozano)_QuantumFracture)

El ejemplo (8) pertenece al vídeo elaborado por Crespo en colaboración con Jaime Altozano. El primer párrafo está enmarcado por un recurso *multimodal*, el cambio de música de fondo. La separación entre los tres párrafos está acompañada de un cambio de *tópico*, pues la explicación teórica sobre el comportamiento de las frecuencias en una membrana es seguida por dos párrafos que constituyen exemplificaciones para dos instrumentos diferentes: el xilófono y el timbal. Cada uno de estos párrafos viene introducido por recursos de *sintaxis discursiva*. Respectivamente, un complemento tematizador (*en el caso de*) y una conjunción copulativa (*y*) que enlaza con la información previa. Junto a estos recursos cabe destacar, dentro del criterio *interactivo*, la distribución premeditada de los bloques de información entre los dos locutores, y, dentro del criterio *multimodal*, el cambio de plano que los acompaña.

- (9) **@AntonioGarcíaVillarán: ((Párrafo 1))** (Pantalla dividida en dos: en una mitad se ve a Antonio García Villarán y en la otra, el cuadro del rey Felipe VI) Si este cuadro fuese realmente una tapa-/ una tapa de un bar cualquiera↑/ para mí sería como→/ la ensaladilla rusa↑/ o la tortilla de patatas↑/ que es una tapa↑ que bueno↓ te la ponen↑/ te la comes↑/ te rellena la barriga↑/ ehtá bien↑/ o no↑/ está regular↑/ y luego te dicen→/ (Cambio a pantalla completa de Antonio García Villarán) ¿Qué? ¿Cómo ehtaba la tapa de tortilla→ en el bar?/ Y diceh tú→/ Pueh bueno↑/ bien↓/ n- normal↑/ (Zoom in) Me he quedao' igual↓ (-c-) (Imagen del cuadro del rey) (Sonido humorístico de fondo) (-c-) Eh una tapa↑/ NORMALIZADA↓/ (-c-) (Video de peces de colores a los que se ha incorporado una voz de fondo:

P1: I'm normal↑

P2: Me too↑

P3: (Voz desagradable) Me too too (Risas)) (-c-)

@AntonioGarcíaVillarán: ((Párrafo 2)) Rehpecto a la composición del cuadro↓// (Zoom in) Parece como→ que no ehtá bien encajado↓ ¿no?↑/ A ver↓/ (-c-)

2019-05-13_CRÍTICA AL RETRATO DEL REY PARA EL CONGRESO DE LOS DIPUTADOS_Antonio García Villarán)

Finalmente, en el ejemplo (9), el cambio de párrafo se puede identificar por medio de la combinación de un criterio *temático* (el paso de la comparación del cuadro con una tapa de bar al análisis de su composición), un criterio de *sintaxis discursiva* (el empleo del complemento tematizador *respecto a*), un criterio *multimodal* (la inserción de un segmento de vídeo que actúa como elemento separador de los dos bloques de información) y un criterio *interactivo* (la aparición de un locutor diferente dentro del vídeo inserto).

5. Conclusiones

En este trabajo hemos abordado la estructuración del discurso de los creadores de contenido en YouTube a través del análisis de cuatro vídeos pertenecientes a cuatro canales de divulgación científica. El carácter fónico de estos discursos conlleva la ausencia de todo elemento gráfico propio de la escritura que sirva de guía para detectar las fronteras entre segmentos de información, lo que obliga a acudir a otras estrategias. En este sentido, la combinación de los criterios de análisis temático, de sintaxis discursiva, interactivo y multimodal revela ser de utilidad para identificar las partes que componen los mensajes de los *youtubers*.

El análisis del material nos ha llevado a proponer una estructuración tripartita en los discursos de los *youtubers*, formada por un inicio, un cuerpo y una clausura. En relación con las secuencias de inicio y clausura, hemos identificado algunos rasgos que caracterizan a estos dos apartados. En primer lugar, resalta en ellos el componente interactivo, que se manifiesta mediante la apelación constante al destinatario del discurso. Son propios de este momento algunos actos de habla ritualizados, como el saludo y la despedida, que resultan identificativos de cada creador. También son frecuentes los agradecimientos y las peticiones de participación, que tienen como finalidad mantener una relación cordial con la audiencia y otras personas implicadas, e impulsar la actividad del vídeo en YouTube. Por otro lado, los tópicos habituales de estos dos momentos son la presentación del objetivo del vídeo y el cierre del tema del discurso. En cuanto a los rasgos lingüísticos, destaca la presencia de conectores discursivos que ayudan a delimitar el tránsito entre bloques de información. Sin embargo, estos no actúan solos, sino que a menudo se ven reforzados por elementos de otros modos semióticos que son introducidos durante la edición,

como cortes, cambios de plano, imágenes o videos insertos y cambios de música.

Por otra parte, en lo que respecta al cuerpo del discurso, este aparece dividido en unidades intermedias o párrafos. En los videos analizados, los *youtubers* acuden a recursos de diferente índole para su segmentación: cambios de *tema*, elementos de *sintaxis discursiva* como conectores o estructuras tematizadoras y focalizadoras, estrategias *interactivas* como el reparto de la información entre locutores o la inserción de voces ajenas que actúan a modo de delimitación, y recursos *multimodales* como los cortes de edición, el texto escrito en forma de etiqueta temática o la inserción de segmentos de video que actúan como separadores.

Entre los criterios empleados para la segmentación de los discursos, quisiéramos resaltar la importancia de la dimensión multimodal, característica de los discursos digitales. Desde nuestro punto de vista, su funcionamiento se asemeja al de las marcas gráficas de los textos escritos. El carácter multimodal de los discursos digitales es aprovechado por los creadores de contenido para introducir, durante la edición de sus videos, elementos pertenecientes a otros modos semióticos que actúen como un segundo filtro estructurador de sus discursos, proporcionando así una guía interpretativa adicional.

Los resultados aquí presentados tienen, sin embargo, algunas limitaciones, pues el análisis ha sido realizado únicamente a partir de videos de canales de divulgación científica. La formalidad de esta temática colleva una mayor planificación de los discursos, lo que los aproxima al polo de la distancia comunicativa, en el cual es esperable una segmentación más explícita de sus partes. Sería necesario, por lo tanto, complementar este estudio analizando la estructuración de los discursos pertenecientes a canales de otras temáticas más próximas al polo de la inmediatez, con el fin de comprobar si los creadores de contenido se sirven de los mismos recursos que los que se han identificado aquí.

6. Referencias

- ANDROUTSOPoulos, J. (2011): "From Variation to Heteroglossia in the Study of Computer-Mediated Discourse", Thurlow, C. y MroczeK, K. (eds.), *Digital Discourse: Language in the New Media* (online ed., Oxford Academic, 19 Jan. 2012).
- ANDROUTSOPoulos, J. (2021): "Polymedia in interaction", *Pragmatics and Society*, 12(5), pp. 707-724.
- ANSCOMBRE, J. C. (2008-2009): "La polifonía: nociones y problemas", *Archivum*, 58-59, pp. 21-51.
- BRENES PEÑA, E. (2019): "Macrosintaxis de la dimensión argumentativa: las construcciones de reinterpretación restrictiva", Fuentes Rodríguez, C. y Gutiérrez Ordóñez, S. (dirs.), *Avances en macrosintaxis*, Madrid: Arco Libros, pp. 67-88.

- CALSAMIGLIA, H. y TUSÓN, A. (2012): *Las cosas del decir*, Barcelona: Ariel.
- CHEN, Y., BENTLEY, F. HOLTZ, C. y XU, C. (2015): "Sharing (and discussing) the momento: the conversations that occur around shared mobile media", *Proceedings of the 17th International Conference on Human-Computer Interaction with Mobile Devices and Services (MobileHCI '15)*, Nueva York: Association for Computing Machinery, pp. 264-273.
- DUCROT, O. (1984): *El decir y lo dicho*, París: Hachette.
- DUQUE, E. (2016): *Las relaciones de discurso*, Madrid: Arco Libros.
- DUQUE, E. (2020): "Relaciones entre texto e imagen en el discurso digital", *Cuadernos Aispi*, 16, pp. 143-162.
- FRÖHLICH, U. (2020): "Facework in multimodal spanish online platforms", Fuentes Rodríguez, C. y Brenes Peña, E. (coords.), *(Des)cortesía, actividades de imagen e identidad*, Sevilla: Editorial Universidad de Sevilla, pp. 167-182.
- KALTENBACHER, M. (2007): "Perspectivas en el análisis de la multimodalidad: desde los inicios al estado del arte", *Revista Latinoamericana de Estudios del Discurso*, 7(1), pp. 31-57.
- KOCH, P. y OESTERREICHER, W. (1990 [2007]): *Lengua hablada en la Rumanía: español, francés, italiano*, Barcelona: Gredos. Versión española de Araceli López Serena a partir del original alemán de 1990: *Gesprochene Sprache in der Romania: Französisch, Italienisch, Spanisch*, Tübingen: Niemeyer.
- KRESS, G. (2013): "Multimodal discourse analysis", Handford, M. y Gee, J. P. (eds.), *The Routledge Handbook of Discourse Analysis*, London: Routledge, pp. 35-50.
- FUENTES RODRÍGUEZ, C. (2000 [2017]): *Lingüística pragmática y análisis del discurso*, Madrid: Arco Libros.
- FUENTES RODRÍGUEZ, C. (2004): "Enunciación, aserCIÓN y modalidad, tres clásicos", *Anuario de Estudios Filológicos*, 27, pp. 121-145.
- FUENTES RODRÍGUEZ, C. (2007): *Sintaxis del enunciado: los complementos periféricos*, Madrid: Arco Libros.
- FUENTES RODRÍGUEZ, C. (2009 [2018]): *Diccionario de conectores y operadores del español*, Madrid: Arco Libros.
- FUENTES RODRÍGUEZ, C. (2019): "Categorías discursivas y segmentación en macrosintaxis", Fuentes Rodríguez, C. y Gutiérrez Ordóñez, S. (dirs.), *Avances en macrosintaxis*, Madrid: Arco Libros, pp. 15-65.
- FUENTES RODRÍGUEZ, C. y ALCAIDE LARA, E. (2002): *Mecanismos lingüísticos de la persuasión*, Madrid: Arco Libros.
- MARTÍN DEL BARRIO, I. (en prensa a): "La interacción fingida con la audiencia en los vídeos de YouTube: mecanismos macrosintácticos y multimodales", Fuentes Rodríguez, C. y Pérez Béjar, V. (eds.), *Explorando las relaciones intradiscursivas: un enfoque multidimensional*, Londres: Taylor & Francis.
- MARTÍN DEL BARRIO, I. (en prensa b): "La *captatio benevolentiae* en el discurso de los *youtubers*", Alcaide Lara, E., Pérez Béjar, V. y Padilla Herrada, S. (coords.), *Aplicaciones de la(s) teoría(s) de la argumentación*, Sevilla: Editorial Universidad de Sevilla.
- MARTÍNEZ CARO, E. (2014): "El párrafo como unidad discursiva: consideraciones de forma y contenido relativas a su demarcación y estructuración", *Estudios de Lingüística del Español*, 35(1), pp. 189-213.
- O'HALLORAN, K. L. (2012): "Análisis del discurso multimodal", *Revista Latinoamericana de Estudios del Discurso*, 12(1), pp. 75-97.

- PÉREZ BÉJAR, V. (2024): “Párrafos y macroestructura informativa en los hilos de Twitter-X”, *Pragmalingüística*, 32, pp. 451-484. <https://doi.org/10.25267/Pragmalinguistica.2024.i32.18>
- PONS BORDERÍA, S. (dir.): *Corpus Val.Es.Co 3.0*. <http://www.valesco.es>.
- PUIG, L. (2013): “La polifonía en el discurso”, *Enunciación*, 18(1), pp. 127-143.
- SAMPIETRO, A. (2023): *Lengua e imagen en la comunicación digital*, Madrid: Arco Libros.
- SEARLE, J. (1990): *Speech acts: an essay in the philosophy of language*, Cambridge: Cambridge University Press.
- TABOADA, M. y HABEL, C. (2013): “Retorical relations in multimodal documents”, *Discourse studies*, 15(1), pp. 65-89.
- VAL.ES.CO. (2014): “Las unidades del discurso oral. La propuesta Val.Es.Co. de segmentación de la conversación (coloquial)”, *Estudios de Lingüística del Español*, 35 (1), pp. 11-71.
- YUS, F. (2021): “Los textos digitales y multimodales”, Loureda, O. y Schrott, A. (eds.), *Manual de lingüística del hablar*, Berlin: De Gruyter, pp. 325-344.

