

La necesidad de modelos en lingüística: sobre el “análisis del discurso digital”*

BEATRIZ GALLARDO PAÚLS

Universitat de València (España)

beatriz.gallardo@uv.es

<https://orcid.org/0000-0001-6023-3947>

Cómo citar:

Gallardo Paúls, B. (2023): “La necesidad de modelos en lingüística: sobre el “análisis del discurso digital””, *Pragmalingüística*, 31, pp. 127-151. <https://doi.org/10.25267/Pragmalinguistica.2023.i31.06>

LA NECESIDAD DE MODELOS EN LINGÜÍSTICA: SOBRE EL “ANÁLISIS DEL DISCURSO DIGITAL”

RESUMEN: El estado de la cuestión sobre el denominado «análisis del discurso digital» se caracteriza por la dispersión conceptual y la atomización de los temas investigados, lo que exige la búsqueda de un nivel teórico en el que sea posible mayor concreción. La revisión bibliográfica no permite asegurar que la naturaleza digital de los datos sea rasgo suficiente para identificar un objeto de estudio en sí mismo, por lo que se revisan los rasgos discursivos más frecuentemente utilizados (tema, modalidad, contexto tecnológico, participantes, géneros) y se concluye que el género textual es la variable más idónea para identificar los datos digitales. Por último, se propone un inventario de rasgos pertinentes para caracterizar los géneros digitales.

PALABRAS CLAVE: pragmática; análisis del discurso; datos digitales; teoría lingüística.

SUMARIO: 1. Introducción: tecnologías y datos lingüísticos. 2. Tecnologías digitales y análisis del discurso del siglo XXI. 3. Qué se considera análisis del discurso digital. 4. Inespecificidad del discurso digital. 5. Prácticas discursivas digitales. 6. Variables relevantes en datos de naturaleza digital. 7. Breve conclusión. 8. Referencias.

THE NEED FOR MODELS IN LINGUISTICS: ON “DIGITAL DISCOURSE ANALYSIS”

ABSTRACT: The state of the art on the so-called «digital discourse analysis» is characterized by the conceptual dispersion and atomization of the investigated subjects; this situation requires the search for a theoretical level in which greater precision may be possible. The bibliographic review does not allow to ensure that the digital nature of the data is a sufficient feature to identify an object of study in itself. The most frequent discursive features in bibliography (topic, modality, technological context, participants, genres) are reviewed, and it is concluded that textual genre is the most suitable variable to identify digital data. Finally, an inventory of relevant features is proposed to characterize digital genres.

KEYWORDS: pragmatics; discourse analysis; digital data; linguistic theory.

SUMMARY: 1. Introduction: technologies and linguistic data. 2. Digital technologies and discourse analysis of the 21st century. 3. What is considered digital discourse analysis. 4. Non-specificity of digital discourse. 5. Digital discursive practices. 6. Relevant variables in data of a digital nature. 7. Brief conclusion. 8. References.

LE BESOIN DE MODÈLES EN LINGUISTIQUE: SUR L’“ANALYSE DU DISCOURS NUMÉRIQUE”

RÉSUMÉ: L’état de l’art sur la soi-disant «analyse du discours numérique» se caractérise par la dispersion conceptuelle et l’atomisation des sujets étudiés, ce qui rend nécessaire la recherche d’un niveau théorique dans lequel une plus grande précision soit possible. La revue bibliographique ne permet pas d’assurer que la nature numérique des données est une caractéristique suffisante pour identifier un objet d’étude en soi. Ainsi, les traits discursifs les plus fréquents dans la bibliographie (thème, modalité, contexte technologique, participants, genres) sont passés en revue, et on conclut que le genre textuel est la variable la plus appropriée pour identifier les données numériques. Enfin, un inventaire des caractéristiques pertinentes est proposé pour caractériser les genres numériques.

MOTS-CLÉS: pragmatique; analyse du discours; données numériques; théorie linguistique.

SOMMAIRE: 1. Introduction: technologies et données linguistiques. 2. Technologies numériques et analyse du discours du XXIe siècle. 3. Ce qu’on appelle l’analyse numérique du discours. 4. Non-spécificité du discours numérique. 5. Pratiques discursives numériques. 6. Variables pertinentes dans les données de nature numérique. 7. Brève conclusion. 8. Références.

Fecha de recepción: 09/11/2022

Fecha de revisión: 14/12/2022

Fecha de aceptación: 11/02/2023

Fecha de publicación: 01/12/2023

* Este trabajo se incluye en el proyecto “Procesos discursivos en internet: desplazamientos enunciativos y efectos hiperbólicos en el discurso político”, Ref. RTI2018-093523-B-I00, del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades.

1. Introducción: tecnologías y datos lingüísticos

No se puede negar que la digitalización que nos acompaña desde el fin del siglo XX ha trastocado absolutamente nuestras vidas, muy especialmente en el ámbito de la comunicación. El traslado de estas alteraciones al análisis lingüístico se concreta pronto en la aparición de lo que al principio se denominó “análisis de la comunicación mediada por ordenador/por computadora” (Romiszowski y Mason, 1996) y más tarde adoptó el nombre genérico de «análisis del discurso digital» (ADD).

La historia de las tecnologías comunicativas nos muestra que cada vez que un salto tecnológico afecta a la comunicación humana ese mismo salto se traslada a la reflexión lingüística y filológica. Como ilustró brillantemente Ong (1986), el primero de tales saltos tecnológicos revolucionarios fue, obviamente, la aparición de la escritura. La tradición hindú señala que, si bien las primeras observaciones meta-lingüísticas se fijaban y transmitían oralmente, es la tecnología de la escritura la que permitirá su sistematización; no en vano Casiodoro, en *De artibus ac disciplinis liberalium artium* sugería que las designadas “artes liberales” medievales no responden a la etimología de “libre”, sino a la de “libro” (Willmann, 1907). Por supuesto, la invención de la imprenta de tipos móviles supondrá un segundo hito tecnológico-comunicativo, que fundamenta la que Postman designó como «Era de la imprenta». El texto escrito ha sido el objeto de la lingüística por excelencia a lo largo de la Historia, e incluso los intentos decimonónicos de reivindicar el sonido sobre la letra que encontramos en ciertos dialectólogos y comparatistas se enfrentaban a la inaccesibilidad de ese dato sonoro.

Ya en el siglo XX, las tecnologías electrónicas provocan una nueva alteración radical del panorama comunicativo, inaugurando –especialmente con la televisión–, la llamada “Era del espectáculo” (Postman, 1985), aunque el impacto de los medios electrónicos en la comunicación humana casi parece difuminarse a la luz de los cambios que ha traído la digitalización.

En la segunda mitad del siglo XX, los medios electrónicos afectaron profundamente al desarrollo de los estudios lingüísticos y abrieron la puerta a los diferentes modelos de análisis del discurso (también, con el vídeo, al estudio sistemático de la comunicación no verbal). Los años 60, como sabemos, acogen los primeros pasos de los estudios de análisis de discurso, liderados por John Sinclair en la Universidad de Birmingham, y de análisis conversacional, dirigidos por Harvey Sacks en la Universidad de California en Berkeley. En ambos casos, la generalización de las tecnologías de grabación fue lo que permitió por vez primera obtener fácilmente datos orales, conservarlos y analizarlos, desvinculando la investigación lingüística del dato escrito (aunque la transcripción siguió –y sigue– utilizándose como dato ma-

nejable). Paralelamente, William Labov desarrollaba los cimientos de la sociolingüística, para lo que defendía la importancia de la grabación magnetofónica en la obtención de muestras de interacción natural y reprochaba la falta de interés de los lingüistas respecto a la pericia en el uso de las grabadoras (Labov, 1972: 110):

The magnetic tape recorder was introduced to this country just after World War II. But most linguists have been slow to admit its importance (...) The only serious relation to instrumentation is found among phoneticians, and the general impression holds that good recordings are important only in the laboratory. But in actual fact, much better recording techniques are needed for the study of grammar than for phonology, even better equipment is needed for the analysis of discourse in ordinary interaction.

La novedad que supuso acceder a un tipo de datos tecnológicamente mediatizados, junto al desarrollo del interés por unidades superiores a la oración, provocaron unos años que podemos calificar como de «estupor» en la búsqueda de su encaje disciplinar. En tal situación surgieron múltiples denominaciones que a menudo fusionaban subdisciplinas científicas con escuelas: análisis del discurso, lingüística del texto, gramática del texto, análisis conversacional, etnografía del habla, pragmática del diálogo, estudios del discurso, análisis crítico del discurso... En este ambiente de renovación disciplinar¹, lo que caracteriza la ingente bibliografía dedicada en los años 70 y 80 a definir el discurso y la conversación como objetos de estudio es la enorme confusión de niveles (Gallardo, 1994), manejando desordenadamente tanto variables pragmáticas, como semióticas y sociolingüísticas.

2. Tecnologías digitales y análisis del discurso del siglo XXI

El actual panorama de estudios que se adscriben explícitamente al “análisis del discurso digital” (ADD) ofrece una situación de efervescen-

¹ No hay que olvidar que este ambiente empieza a tomar forma apenas quince años después de la sacudida que había supuesto el generativismo para los estudios gramaticales, expulsando de la legitimidad del análisis lingüístico todo lo demás; las reivindicaciones de los estudios del discurso responden a esta sensación de exclusión. Newmeyer y Emonds (1971: 36) señalaban cómo el generativismo había condicionado el concepto de “lingüística” a la hora de obtener financiación universitaria en Estados Unidos: “Una de las consecuencias reales de las enormes sumas de dinero derrochadas en investigación gramatical ha sido la redefinición del significado mismo de ‘lingüística’. [...] Ahora, un lingüista tal y como nosotros usamos el término, es el que se dedica a componer modelos formales de competencia lingüística. Por ejemplo, una popular introducción a la lingüística, la de E. Bach, explícitamente rechaza la idea de que la lingüística se interese por los aspectos prácticos o artísticos del lenguaje. ‘*Más bien –dice–, se interesa por el estudio teórico, el resultado del impulso de entender, explicar y predecir los hechos de lenguaje...*’ [...] ‘El estudio teórico del lenguaje’ se entiende que quiere decir construcción de teorías gramaticales. [...] Pensamos sinceramente que esta idea de que el lingüista, por definición, deba desinteresarse de los aspectos prácticos y artísticos del lenguaje es un verdadero paso atrás”.

cia investigadora similar, en que la atención a detalles muy concretos ha descuidado la objetivación global del objeto de estudio. Si hemos comenzado nuestra reflexión con este rápido recorrido temporal ha sido para mostrar que tal situación no es algo radicalmente novedoso, pues ni siquiera afecta solo a los estudios pragmático-discursivos. Por ejemplo, cabría comparar la riqueza actual de plataformas que proporcionan datos al análisis del discurso digital con la enorme variedad de sistemas gráficos y de soportes materiales en la que nos han llegado textos del sánscrito antiguo. Los datos se encuentran en soportes tan dispares como las inscripciones en piedra, la escritura en hojas de palma, en corteza de abedul o en tablillas de madera. Respecto al sistema gráfico, la variedad es también notable: aunque predomina el uso de alfasilabarios o abúgidas (devanagari, tamil-granta, gurmují, télugu), nos han llegado también inscripciones en alfabeto (tailandés). Y, aunque es probable que los especialistas en sánscrito puedan encontrar diferencias entre las inscripciones que nos han llegado según estén codificadas en un tipo u otro de escritura o incluso en un tipo u otro de soporte material, sin duda estos rasgos resultarían secundarios y no definitorios para la descripción lingüística (gramatical) del sánscrito.

En el ámbito aplicado, la aparición y consolidación de la lingüística clínica ejemplifica de modo similar los efectos de una investigación dispersa, con frecuencia inductivista, que tarda en encontrar modelos de descripción general. Se explica así que en ocasiones se haya utilizado el déficit lingüístico como rasgo distintivo, y no como síntoma, pretendiendo asociaciones casi biunívocas entre tipos de déficit y tipos de síndrome neurológico. Los ejemplos son múltiples: agramatismo y afasia motora, paragramatismo y afasia sensitiva, anomia y demencia tipo alzheimer, glosomanías y síndrome de Williams, etc. La atención excesivamente concentrada en un corpus reducido (por no mencionar los estudios de caso único, tan frecuentes en psicología del lenguaje) impide ver que agramatismo, paragramatismo, anomia y glosomanía son tipos de déficit que pueden encontrarse en situaciones patológicas de muy diversa etiología.

En definitiva, la dispersión y la atención a aspectos muy concretos que muestra el actual ADD son fenómenos normales en los momentos incipientes de cualquier objeto de estudio percibido como novedoso. Se suma, además, un último factor que contribuye a facilitar estas miradas dispersas y concentradas a los datos lingüísticos, un factor que casi nos atrevemos a considerar «signo de los tiempos». Los inicios del siglo XXI parecen evidenciar una atención magnificada por lo diferente, en una búsqueda constante de identidades que se preocupa más por lo que separa que por lo que une. Estos procesos, que remiten al individualismo y al personalismo impulsados por la posmodernidad, se plasman en fenómenos discursivos como los hiperliderazgos, los

identitarismos excluyentes o las retóricas de la peculiaridad (Gallardo, 2018), y parece que la reflexión metalingüística no escapa a esta tendencia, tal y como ha señalado Anna Wierzbicka (2021: 337):

The current one-sided emphasis on diversity without acknowledgment of the fundamental unity of all languages undermines the truth about the unity of the human mind and of the “human race”.

The emphasis that many influential linguists place today on linguistic diversity is such that the underlying conceptual unity of all languages tends not to be mentioned at all. When it is mentioned (which is very rare) it is mentioned only in general terms, without any concrete examples. Typically, both in scholarly linguistic works and in the publications for the general reader, numerous examples of astounding diversity are offered, without a single example of something that all languages share. Not even the universality of the concepts “you” and “I”, “people” and “body”, and “good” and “bad”, long argued for in the “NSM” [Natural Semantic Metalanguage] literature, is mentioned or acknowledged. The message implicitly (if not explicitly) conveyed is that the unity of the human mind is only a pious slogan. There are no shared human concepts, there can be no “universal human community of communication”. The thing to do is to celebrate the diversity of languages, and not to seek what we humans share.

No creemos equivocarnos al sugerir que algo de este individualismo subyace a la afirmación de Casas-Gómez (2021: 189) sobre las concepciones múltiples de la semántica y del significado rastreables en la bibliografía:

Si bien podemos afirmar, con carácter general, que no hay un solo lingüista y no lingüista que muestre su desacuerdo en que esta disciplina [la semántica] estudia el significado, por el contrario, prácticamente no hay dos científicos que lo definan de la misma manera, dado que existen tantas concepciones de semántica y acepciones de significado como investigadores han abordado esta parcela de estudio y su objeto.

Con este planteamiento, dedicamos los siguientes párrafos a reflexionar sobre la posible especificidad de un «discurso digital» que pueda sustentar, como se pretende a veces, un tipo específico y exclusivo de enfoque analítico.

3. Qué se considera *análisis del discurso digital*

La revisión del estado de la cuestión sobre el análisis de discurso digital muestra un panorama altamente atomizado y con frecuencia falto de nitidez, tanto en lo que respecta a las bases teóricas y metodológicas como a los usos concretos seleccionados para el análisis. Como ejemplo, véase la mezcla de conceptos y métodos que evidencia

la «caja de herramientas» para el ADD propuesta por Herring (2004: 360; 2019: 27).

Niveles	ASUNTOS	Fenómenos	Métodos
Estructura	Oralidad, forma- lidad, eficiencia, expresividad, com- plejidad, caracte- rísticas de género, etc.	Tipografía, ortografía, morfología, sintaxis, esquemas discursi- vos, convenciones de formato, etc.	Lingüística estruc- tural/descriptiva, análisis de textos, lingüística de cor- pus, estilística
Significado	¿Qué se pretende?, ¿qué se comunica?, ¿qué se logra?	Significado de las palabras, enuncia- dos (actos de habla), intercambios, etc.	Semántica, prag- mática
Gestión de la interacción	Interactividad, temporización, coherencia, repa- ración, interacción co-construida, etc.	Turnos, secuencias, intercambios, hilos, etc.	Análisis conversa- cional, etnometo- dología
Fenómenos sociales	Dinámica social, poder, influencia, identidad, comu- nidad, diferencias culturales, etc.	Expresiones lingüís- ticas de estatus, conflicto, negociación, manejo de rostros, juego, estilos discursi- vos/lectores, etc.	Sociolingüística in- teraccional, análisis crítico del discurso, etnografía de la comunicación

Tabla 1. “Caja de herramientas” del ADD propuesta por Herring

Por razones de espacio no es posible analizar detalladamente la propuesta, pero es evidente que la tabla plantea serios problemas en términos de coherencia teórica y terminológica², incluso si mantene-
mos la distinción de los cuatro niveles³. Por ejemplo, nada explica que morfología y sintaxis sean “fenómenos” en la estructura (equiparables además a tipografía y ortografía), mientras semántica y pragmática son “métodos” de análisis del significado; la sociolingüística es una disciplina de lingüística externa, mientras el análisis conversacional es un método surgido en el ámbito de la etnometodología; el análisis crítico del discurso o la etnografía de la comunicación no son métodos, sino escuelas, y en absoluto cubren la totalidad de metodologías de AD; la intencionalidad ilocutiva no puede considerarse en el mismo

² Resulta confusa la mención de *asuntos (issues)*, *fenómenos* y *métodos*, cuando la tradición metalingüística dispone de una terminología gramatical y pragmática bien asentada (categorías o unidades, funciones, principios).

³ Es posible reformular estos niveles en términos más propios de la pragmática y el análisis del discurso, atendiendo a los tres niveles interactivos básicos de enunciación (con categorías como actos de habla o inferencias), texto (usos gramaticales, coherencia, cohesión) y recepción (gestión de la toma de turno), incluyendo este último la dimensión comunicativa que atienda a aspectos como relaciones de poder, creación de identidades o afiliación ideológica (Gallardo, 2021b).

nivel que el significado proposicional; etc. La “caja de herramientas” carece por completo de coherencia interna.

Cabe señalar, sin embargo, que la casi totalidad de los estudios de ADD son compatibles con una visión funcionalista de las prácticas discursivas. Si en 1972 Harvey Sacks había sido innovador al publicar su texto sobre “the usability of conversational data for doing sociology”, lo cierto es que en 2023 cualquier análisis del discurso, tenga o no naturaleza digital, asume una concepción cognitivista del lenguaje⁴ que le da protagonismo en la construcción de identidades y relaciones (Thurlow, 2017; Bou-Franch y Garcés-Conejos Blitvich, 2019). Por ello la pragmática ha sido el marco teórico privilegiado de análisis del discurso digital, pues permite relacionar el discurso con la dimensión psicosocial de los hablantes e integrar la complejidad multimedia, como muestran tantos trabajos sobre la relación entre texto e imagen o sobre el uso de los significados implícitos (Madrid, 2023; Duque, 2020; García-Jiménez, 2021).

Ante esta diversidad teórica, metodológica y temática del ADD⁵ cabe plantearse la búsqueda de elementos definitorios que confirmen alguna identidad común: ¿es posible determinar un campo de estudio solo por la especial naturaleza tecnológica de su objeto? Siendo así, ¿qué variable permitiría hablar de “análisis del discurso digital”? ¿Es igualmente discurso digital el correo electrónico enviado a un colega de trabajo que el *post* publicado en un blog o el comentario elaborado por un *bot* de inteligencia artificial como respuesta a un tuit? ¿Qué tipo de variable discursiva es “digital”? ¿Afecta solo al canal o tiene impacto en el propio código? ¿“Digital” implica “multimodal/multimedia” de un modo diferente a lo que ocurre en el discurso no digital? En definitiva, ¿describir un corpus como “digital” impone alguna especificidad semiótica o lingüística que sea novedosa o exclusiva?

Todas estas preguntas se mantienen abiertas mientras los estudios y análisis no dejan de sucederse, tanto desde ámbitos lingüístico-filológicos como desde disciplinas más vinculadas a la teoría de los medios de comunicación. Cabría pensar que tal eclosión de estudios obedece a un doble motivo:

- Por un lado, es innegable que el (ya no) nuevo canal tecnológico impone algún tipo de especificidad al discurso que acoge; la

⁴ Por supuesto, esta generalización admite matices. Bou-Franch y Garcés-Conejos Blitvich (2019: 4) señalan, como síntesis de varios trabajos, la posible distinción de tres olas en el ADD: la primera, en los años 90, se centraría en elementos de lingüística descriptiva; la segunda, en la primera década de los años 2000, daría prioridad al análisis de las prácticas sociales (en el sentido de Fairclough); la tercera ola, ya presente a mitad de la segunda década del siglo XXI, supondría un enfoque más globalmente comunicativo, que atiende a cuestiones como translocalización y la transmedialidad.

⁵ En esta reflexión no consideramos “discurso digital” aquel que, aun estando alojado en internet, no ha sido concebido para su difusión digital: versiones impresas de los diarios, artículos de revistas científicas, libros, películas, videoclips, incluso la conversación telefónica, son clases de textos cuya existencia discursiva no exige la tecnología digital.

pregunta obligada, no obstante, es si se trata de una especificidad *suficiente* y *diferente* a la que imponen otros canales.

- Por otro lado, es igualmente innegable que el ámbito disciplinar del análisis del discurso se ha visto afectado por la misma fascinación que la digitalización arrastra a casi todos los ámbitos de la vida, un deslumbramiento tecnológico que a veces es verdadera “tecnolatría” (Gallardo, 2022).

A esta fascinación se suma un elemento práctico, que es la facilidad que ofrece la tecnología digital para la obtención de datos. En los primeros años 2000, el entusiasmo por lo digital que afectó en general al mundo de la comunicación –con la aparición de conceptos claramente optimistas, como la «inteligencia colectiva» de Pierre Lévy, la “cultura de la convergencia” de Henry Jenkins, las “comunidades virtuales” de Reinghold, etc.–, aparece también en lingüística, plasmándose en un movimiento como *Web-as-corpus* (Kilgarriff y Grefenstete, 2001; Villayandre, 2003). Estos primeros años también dejan paso a las reflexiones apocalípticas sobre el impacto del uso digital en la norma gramatical; los juicios (y prejuicios) sobre elementos contextuales de celeridad e improvisación dan voz a algunos estudios que condenan el impacto nocivo de internet en la gramática⁶. Calero (2014: 111) señala, por ejemplo, que la atención se centraba más “en el desaliño y en la incuria formal” que en el beneficio innegable que supone el aumento de nuevos modos de comunicación.

En este punto de la reflexión puede resultar útil un texto temprano, referido a las páginas web, donde Albaladejo (2011: 16) evocaba a Pike y reclamaba la necesidad de diferenciar un nivel [-émico] del macrodiscurso digital, y un nivel [-ético] de concreción a tenor de variables determinadas. La investigación sobre el DD se ha centrado sobre todo en esos desarrollos [-éticos], donde por lo general se conjugan variables temáticas, tecnológicas y de género textual.

¿Es posible, sin embargo, caracterizar de modo satisfactorio ese nivel discursivo digital [-émico]? En el ámbito hispánico, los autores que más han trabajado este tipo de caracterización en diversas publicaciones son, sin duda, Cristina Vela y Lucía Cantamutto (Vela y Cantamutto, 2015). En Cantamutto y Vela (2016) proponen variables relevantes en esa caracterización del discurso digital como objeto específico, si bien advierten que su intención es «más descriptiva que taxonómica» (2016: 301) y que las categorías resultantes son claramente difusas. Para esta tarea identifican dos grandes obstáculos:

⁶ La línea de estudios atenta a las cuestiones estrictamente gramaticales permitiría un análisis sociolingüístico referido a un «registro digital». El principal obstáculo para ello es que los datos no siempre permiten conocer la verdadera identidad sociolingüística de los informantes, o que la bibliografía los maneja de un modo impresionista, sin el rigor que exige la elaboración de corpus.

En primer lugar, los análisis pueden resultar demasiado dependientes de las aplicaciones tecnológicas, convirtiéndose en meras descripciones sobre artefactos o interfaces. En segundo lugar, los resultados de estos estudios pueden derivar en visiones fragmentadas que no den cuenta del fenómeno de la comunicación digital en su conjunto.

Proponen, por tanto, superar la diversificación analítica centrada en las interfaces tecnológicas y atender a tres niveles descriptivos, para cada uno de los cuales establecen posibles dicotomías:

1. Modo de realización: monomodal/multimodal; visual/verbal; oral/escrito; breve/extenso; estático/dinámico.
2. Enunciación: continua/discontinua; textos efímeros/permanentes; transitiva/intransitiva; unidireccional/bidireccional; bipersonal/multipersonal.
3. Relación entre los hablantes: grupal/no grupal; público/privado; extimidad/intimidad; redes centrípetas/centrífugas.

Aunque mencionan como referencia teórica los Estudios de retórica de los géneros (*Rhetorical Genres Studies*), su propuesta resulta en categorías difusas porque pretende describir un nivel más general. Como se ve, los criterios manejados evocan parcialmente las variables clásicas de la sociología del lenguaje con las que Fishman (1971) proponía describir el contexto de las interacciones (situación social, tema, relación entre los participantes), las cuales a su vez enlazan con la tríada sistémica de campo, modo y tenor.

Encontramos igualmente una tríada de niveles en la propuesta de Calero (2014: 93), para quien la caracterización del discurso digital (en su caso, mensajes cortos de texto y de mensajería instantánea) se realiza a partir de elementos:

1. Extratextuales: aspectos pragmático-comunicativos, como la relación entre los hablantes o el tipo de acción comunicativa.
2. Paratextuales: marco interactivo, como la disposición de los mensajes en la pantalla, la identificación de los emisores, etc.
3. Intratextuales: aspectos gramaticales, léxicos y fónicos.

También Parini (2022: 396-397) insiste en las cuestiones de análisis contextual del ADD, señalando tres niveles comunicativos (macro/sociocultural, meso/sociomental, micro/situacional) que resultan necesarios para analizar la interacción digital, si bien restringe su alcance a «la comunicación mediada por las llamadas tecnologías sociales».

Estos intentos de caracterización nos muestran, en suma, que la variable “digital” no permite por sí misma especificar rasgos discursivos concretos que compartan todos los datos, y que los intentos de definir este tipo de discurso se ven obligados a incorporar otro tipo de variables. Además, habida cuenta de la implantación omnipresente de

lo digital en nuestras vidas, este factor resulta insuficiente, pues casi cualquier tipo de texto puede ser digital: el informe médico consultado en el portal del paciente y que el profesional anotó en su ordenador durante la visita, la noticia leída en un diario y que ha sido redactada mediante inteligencia artificial, el vídeo de auto-presentación enviado para avalar la candidatura a un puesto de trabajo, la nota de voz que el teléfono emite como recordatorio, los comentarios de valoración en una web de servicios, el meme difundido en una red social... La lista es infinita, de tal manera que pretender que todos estos datos pertenecen a una misma categoría priva de especificidad suficiente a esa categoría.

En definitiva, la diversificación y la falta de sistematicidad del actual ADD exige un ejercicio de clarificación que no solo permita superar incoherencias analíticas, sino que además sea compatible con el edificio teórico y metodológico bien consolidado en las distintas tradiciones de análisis del discurso. La idea básica, expresada metafórica y coloquialmente, es que no podemos detenernos en cada árbol (en cada rama) sin tener simultáneamente una visión general del bosque (donde, además, no solo se incluyen árboles). Para obtener esa visión general repasaremos las variables discursivas más importantes y propondremos que la especificidad digital no determina un tipo de discurso, sino que impacta básicamente en la determinación de géneros discursivos.

4. Inespecificidad del discurso digital

¿A qué se opone el “discurso digital”? ¿A “discurso analógico”? ¿A “discurso presencial”? ¿Tal oposición es privativa, en el sentido pragueño? Puesto que el “discurso político” se describe por el tema, el “discurso feminista” se centra en los emisores, el “discurso mediático” se identifica por el canal, el “discurso coloquial” se determina por el contexto, y el discurso publicitario” se define por su ilocutividad –por poner algunos ejemplos bien asentados de análisis del discurso–, cabría argumentar que es “discurso digital” el que se transmite mediante dispositivos digitales. Pero una y otra vez vemos que los análisis necesitan un nivel mayor de concreción.

Por ejemplo, ¿la hipermilitancia⁷ de los mensajes de Twitter es un rasgo “digital” en la misma medida en que lo es la concentración sintáctica y argumentativa de los textos (“pildorización”, Slimovich, 2017; “estilo comprimido”, Pérez-Llantada, 2021)? El primer rasgo deriva de la confluencia del contexto social polarizado con la falta de estructura

⁷ “Otro efecto de la combinación entre desideologización y entorno tecnológico es la hipermilitancia, la necesidad de introducir marcas valorativas fuertes en el discurso, preferiblemente con altas dosis de vehemencia que, de nuevo, encubre la escasez argumentativa. La ‘aversión por la creencia’ que proponía Bruckner en los 90 (*La mélanco-lie démocratique*) parece haber sido sustituida por la obligación de manifestar alguna creencia. (...) Esta militancia se exhibe y también se exige, y su ausencia en los demás se castiga con la acusación de equidistante” (Gallardo, 2018: 111).

y jerarquía del mensaje de Twitter, mientras la condensación expresiva obedece a la limitación de caracteres. Por tanto, y en la medida en que ambos rasgos se modificarían si llevamos el discurso político a un canal no tecnologizado, analógico (¿una asamblea de partido?, ¿una conversación de sobremesa en un bar?), resulta plausible admitir que ambos factores son propios del discurso digital que se difunde en Twitter debido a la confluencia de factores tanto propios como externos a la plataforma. Se puede asumir, así, que algunas variables de la interfaz tecnológica del discurso digital imponen rasgos concretos a la interacción, si bien son rasgos que no derivan solo del hecho digital y que pueden darse en interacción no digital (por ejemplo, la limitación temporal de los «minutos de oro» de los debates electorales también provoca condensación retórica, Gallardo, 2021b).

Por otro lado, cuando revisamos las categorías propuestas por Cantamutto y Vela (2016) encontramos variables que aparecen también en la esfera analógica, pero no se han considerado definitorias en ella; así, la enunciación bipersonal/multipersonal⁸ permite definir acontecimientos comunicativos distintos, como una entrevista y un mitin, del mismo modo que la enunciación unidireccional/bidireccional separa, por ejemplo, la clase magistral de la colaborativa; algo similar ocurre con la multimodalidad, presente en el discurso publicitario o conversacional desde sus comienzos. Cabe plantearse, por tanto, si es necesario dar tanta relevancia a ciertas variables que no se han considerado determinantes en entornos presenciales.

A partir de estas reflexiones, proponemos que la digitalización es una variable que afecta al canal y que impone condicionamientos específicos, pero que no rompe la esencia de la actividad comunicativa hasta el punto de darle entidad propia. Como indica Calero (2014: 86) los discursos digitales no llegan a constituir «un lenguaje sustancialmente distinto a otros textos generados fuera de este canal».

5. Prácticas discursivas digitales

Una vez asumido que el discurso digital no puede caracterizarse de modo exclusivista, sino que exige la consideración de otras variables discursivas, nos planteamos la posibilidad de identificar prácticas discursivas que no aparezcan en el discurso no-digital. Y si encontramos algunas prácticas puntuales, especialmente de naturaleza escritural, que no se dan igual en la comunicación analógica (Mancera y Pano, 2015; Cautín-Epifani y Cantamutto, 2016; Martínez-Rolán y

⁸ Los efectos que tiene la multiplicidad de participantes en un grupo de WhatsApp (sobre todo, malentendidos por la imposibilidad de decodificar varios mensajes de texto y/o audio enviados al grupo casi simultáneamente) se dan exactamente igual en una multitud de personas hablando presencialmente. Lo que ocurre es que el soporte digital permite al lingüista registrar esas simultaneidades en su corpus, algo que resulta imposible para el mayor experto o experta en transcripción de datos orales grabados.

Piñeiro-Otero, 2016). Básicamente se trata de las siguientes acciones comunicativas:

- Etiquetar temáticamente las publicaciones (#).
- Enlazar mediante hipervínculos apelativos (URL) y menciones (@).
- Combinar la escritura alfabética con emoticonos o kineticonos de uso típicamente reactivo, valorativo, así como pegatinas (*stickers*) que funcionan a modo de holofrases, sobre todo en las plataformas de mensajería. Estos símbolos cada vez se van integrando más en los teclados de los procesadores de textos.

Lo característico de estas acciones es que reflejan la hibridación y la simultaneidad que caracteriza la red de redes. Las etiquetas permiten que otros usuarios localicen las publicaciones sobre un tema determinado, funcionan como metadatos que relacionan textos por sus elementos compartidos. Los hipervínculos pueden remitir a páginas web o pueden tener un matiz vocativo que interpela directamente a un participante. Tanto las etiquetas como los hipervínculos constituyen una potente herramienta de *intertextualidad*, cuyo correlato no digital puede hacernos pensar en las notas a pie de página de un texto y, en general, en los elementos del paratexto del discurso analógico.

6. Variables relevantes en datos de naturaleza digital

La atención al uso, definitoria del enfoque pragmático, nos obliga a considerar variables contextuales en la selección de los datos. Una revisión del estado de la cuestión evidencia que cada análisis publicado utiliza, como mínimo, dos variables, siendo las más frecuentes el subtipo de canal digital (lo que a su vez lleva implícito una elección de género textual) y el ámbito temático.

La bibliografía procedente de las disciplinas filológicas subraya como rasgo más destacado la multimedialidad o multimodalidad (Jewit 2013, 2016; Thurlow, 2017). Esta atención a la convivencia del texto escrito con imagen y sonido intenta resolver una supuesta dialéctica entre datos estrictamente verbales y datos no verbales, olvidando con demasiada frecuencia que no se puede reducir el lenguaje a la verbalización ni la lengua a la gramática. Como señalaba Albala-dejo (2012: 54), y como recordaban todos los intentos de caracterizar la conversación en los años 70, el discurso oral “es en sí un discurso multimedial”, lo que impone cierta cautela a la hora de magnificar su importancia. Aunque algunos autores y algunas tradiciones de grupos de investigación parecen asimilar “análisis del discurso” a “análisis gramatical”, tal reduccionismo supone una mirada ya superada. El análisis del discurso televisivo, telefónico o radiofónico se ha enfrentado hace tiempo a la multimedialidad; más aún, los sistemas de transcripción del discurso oral elaborados en los años 60 –y enriqueci-

dos⁹ cuando el análisis conversacional se ha enfrentado a datos orales marcados-, demuestran que el recurso a la imagen (gráfica, gestual) y lo paralingüístico (prosodia, tipografía) no es, de ninguna manera, algo exclusivamente digital que necesite, por tanto, “ir más allá del análisis del discurso” (Herring, 2019: 26). La diferencia fundamental respecto al discurso no digital es *una diferencia de grado y de confluencia de variables*, por lo que el modelo teórico y metodológico manejado en las diferentes escuelas de análisis del discurso, y de validez comprobada, debe ser capaz de describir también los datos digitales.

Revisamos en los apartados siguientes cuáles son y cómo se utilizan las variables interactivas más utilizadas en las publicaciones de ADD, mencionando en cada caso algunos ejemplos representativos del panorama bibliográfico.

6.1. EL TEMA

El criterio temático es central en un tipo de estudios que atienden sobre todo a la creación de opinión pública mediante las plataformas digitales, muy especialmente las redes sociales (previamente este papel correspondió a los blogs). La importancia adquirida por Twitter en el ámbito de la discusión política, junto a la facilidad que proporciona la plataforma para la descarga y manejo de datos, explica la ingente bibliografía sobre el discurso en esta red social.

Por ejemplo, Castelo (2014) plantea un análisis de la emocionalidad negativa en los perfiles políticos argentinos en Twitter. Esta misma atención a la ilocutividad de expresividad negativa lleva a Romero *et al.* (2015) a sugerir que Twitter se caracteriza por una «propensión discursiva a la demonización» que tiene impacto directo en el aumento de polarización política de Venezuela. También en Gallardo y Enguix (2016) y en Oleaque, Pellisser y Pellicer (2021) encontramos eco de esta idoneidad de Twitter para la expresión de opciones políticas radicalizadas o “pseudopolíticas”, posiciones discursivas que en realidad impiden y enmascaran el verdadero debate. La especificidad del discurso político en la red social se explica (Gallardo, 2018) por la confluencia de factores de naturaleza sociocultural, como el personalismo de los partidos, la desideologización de la ciudadanía y la espectacularización que los medios hacen de la política, a los que se suman tres elementos ya señalados como relevantes por Fairclough (1992): la democratización (borrado de diferencias en el acceso al discurso), la tecnologización (condicionamientos tecnológicos del discurso), y la

⁹ Por ejemplo, cuando el análisis de la conversación empezó a aplicarse en lingüística clínica fue necesario modificar los sistemas de transcripción. Goodwin (1995) amplió el sistema de transcripción desarrollado por Gail Jefferson para reflejar una cuidadosa notación gráfica de los gestos y movimientos faciales (incluyendo la mirada) realizados por informantes aquejados de afasia.

mercantilización (tratamiento del discurso en los mismos términos que los bienes de mercado).

Los subtemas políticos estudiados son múltiples. Por ejemplo, Domingo y Martos (2016: 22) abordan el tratamiento que hacen en Twitter los principales partidos españoles sobre el fracaso escolar, señalando como rasgo fundamental su tratamiento “como producto”, es decir, como un elemento descontextualizado que se utiliza en cada partido como arma arrojadiza para señalar culpas “sin entrar en las claves del éxito o el fracaso escolar” (2016: 22).

Por supuesto, la política no es el único tema cuya presencia digital provoca atención. Hasbún-Mancilla *et al.* (2017) analizan el tratamiento del cambio climático en diarios digitales chilenos. Por su parte, Ivanova (2020) atiende al tratamiento de las demencias tipo Alzheimer en foros de cuidadores alojados en la red social Facebook. Los temas de turismo en la red han recibido también atención desde diferentes enfoques (Carpi, 2013; Mariottini y Hernández Toribio, 2020; Suau, 2020).

6.2. EL CÓDIGO, LOS CÓDIGOS: TEXTO Y PARATEXTO

Los discursos digitales permiten cuestionar algunas categorizaciones tradicionales de la tipología semiótica gracias a la tendencia a la hibridación entre elementos del código lingüístico-gramatical con imágenes y sonidos (Gómez-Torrego, 2001). De ahí algunas descripciones tempranas como “escritura oralizada” (Yus, 2001; López-Quero, 2003) o “lo hablado escrito” (Oesterreicher, 1996), si bien tal hibridación no se produce igual en todos los casos (Galán, 2002).

El análisis estrictamente referido a aspectos gramaticales afecta a prácticamente todos los componentes de la gramática; este tipo de investigación se sustenta por lo general en algún programa de software que facilita el análisis cuantitativo (Alcántara, 2014, 2020; Mancera y Pano, 2020) y se aplica a corpus que suelen estar elaborados con criterios temáticos. Por ejemplo, Carpi (2013) atiende a la neología léxica en los blogs de turismo que integran el corpus Linguaturismo. López Urrea *et al.* (2016) ofrecen un interesante trabajo que presta atención a los mensajes publicados en Twitter por los perfiles de los presidentes colombianos Juan Manuel Santos y Álvaro Uribe. El software Tropes les permite establecer diferencias entre ambos perfiles: en el perfil del presidente Santos identifican más conectores de adición, más modalizaciones temporales, un discurso más centrado en la acción política concreta y de polaridad más positiva, mientras los mensajes del expresidente Uribe muestran más conectores de contraste, más modalizaciones negativas, más recursos multimedia, un discurso más centrado en ideología y valores, y una polaridad más negativa.

La atención a elementos gramaticales en distintas plataformas de interacción es diversa y es imposible dar cuenta exhaustiva del panorama bibliográfico. Muñoz y Argüelles (2010) analizan un corpus de Twitter rastreando las clases de palabras. Gómez Camacho y Gómez del Castillo (2017) se plantean la utilización de la norma escrita en Whatsapp por parte de estudiantes mexicanos de postgrado. Mancera y Pano (2020) repasan distintos elementos gramaticales y discursivos en datos de diversa procedencia: sintaxis y léxico valorativo (blogs), cohesión gramatical, discurso referido, coherencia (YouTube), intensificadores y atenuadores (reseñas de hostelería), etc. Más allá del nivel gramatical, pero sin abandonar la especificidad textual, el análisis de las superestructuras aparece en trabajos referidos, por ejemplo, a la argumentación política en Twitter (Padilla, 2015; Ventura, 2016), a la construcción narrativa en lo que se ha dado en llamar «tuitertura» (Torres, 2014; Castro y Díaz, 2021), o a las estrategias narrativizadas en los comentarios de TripAdvisor (Mariottini y Hernández-Toribio, 2017).

Como hemos señalado, el análisis del discurso digital ha considerado que la multimodalidad es un elemento especialmente definitorio del tipo de objeto. La hibridación de códigos se plasma en el análisis específico dedicado por varios autores al uso de los emojis y emoticonos (Sampietro, 2016; Zamorano *et al.*, 2020). Además, la atención a la multimodalidad integra en el análisis de discurso digital elementos comunicativos normalmente considerados periféricos, como la comunicación no verbal. López-Navarrete (2021), por ejemplo, compara los gestos empleados por un mismo orador en exposiciones presenciales y retransmitidas por ordenador; las diferencias no afectan a los gestos en sí mismos, sino a su frecuencia de uso y su duración.

Especialmente interesante resulta la propuesta de Duque (2020) que intenta trasladar el modelo de análisis de las relaciones de discurso a los datos gráficos que conjugan escritura e imagen fija. La interacción texto/imagen preside también el análisis de Madrid (2023) sobre estrategias de liderazgo del perfil de Emmanuel Macron en Instagram. Otro caso específico de incrustación enunciativa y asociación texto-imagen que ha recibido atención es el fenómeno transmedia de la “segunda pantalla”, mediante el cual los espectadores de un programa televisivo publican sus comentarios y discuten sobre el mismo en redes sociales (Villar-Hernández, 2020).

6.3. EL CONTEXTO TECNOLÓGICO: LAS PLATAFORMAS

La variable específicamente vinculada a la interfaz en que se desarrolla la interacción alienta múltiples trabajos que se plantean usos lingüísticos específicos en WhatsApp, YouTube, Instagram, Twitter, Academia.edu, y otros. Las distintas plataformas aportan a la conver-

sación digital matices que pueden reflejarse en ciertos usos gramaticales o en su especialización para ciertos fines. Por ejemplo, Calero (2014) señala a propósito de WhatsApp la enorme adaptabilidad del lenguaje a las innovaciones tecnológicas y el enriquecimiento diacrónico que supone la emergencia de nuevos soportes; también Betti (2006) destacaba el carácter innovador del uso del lenguaje en los mensajes breves de texto. Con un enfoque pragmático, Santos-Muñoz (2015) analiza la especificidad de las clases por videoconferencia, y el impacto del canal digital en la propia estructura de la interacción.

6.4. LOS USUARIOS

La variable referida a las características de emisor y receptor resulta especialmente productiva a la hora de analizar la interacción digital desde planteamientos sociolingüísticos o etnográficos (Méndez, 2011; Gonçalves y Sánchez, 2014; Estrada y De Benito, 2016; Vela y Cantamutto, 2016).

El trabajo de Ulloa y Gómez (2019) es un excelente ejemplo de cómo el análisis exige la combinación de variables superpuestas a la naturaleza digital de los datos, enriqueciendo los enfoques. Estos autores revisan los usos interactivos de estudiantes universitarios ecuatorianos en Facebook tomando como eje el concepto de «hipermediación» de Scolarì; aunque la muestra puede considerarse poco representativa (interacciones de 4 mujeres y 4 hombres durante 4 meses) sus conclusiones apuntan al predominio de los selfis y la importancia social de la retroalimentación recibida. De León-Pasquel (2018: 48) analiza mensajes de texto telefónico y publicaciones en páginas de Youtube para comprobar el modo en que los jóvenes mayas tsotsiles construyen su identidad; su perspectiva parte del concepto de “paisaje (lingüístico) virtual”, atendiendo a los mensajes escritos desplegados en los espacios virtuales y proponiendo el concepto de “lenguaje móvil”.

6.5. LOS GÉNEROS: DEL SMS AL COMENTARIO DIGITAL Y EL POST EN REDES

Son muchos los investigadores que centran su atención en los elementos derivados de la variable género textual, lo cual implícitamente exige la confluencia de variables pragmlingüísticas (cierto tipo de acto de habla, predominio de un tipo u otro de superestructura) y sociopragmáticas (cierto marco social o marco de interacción: docencia, atención al cliente, gestión administrativa, juego). Mientras no cabe hablar de temas o usos gramaticales que sean realmente exclusivos del mundo digital, sí que existen géneros textuales que, aun teniendo versiones analógicas, son exclusivamente digitales.

La bibliografía muestra múltiples análisis referidos a géneros digitales bien consolidados, como las entradas de wikis (sobre todo la

Wikipedia), las valoraciones de usuario (en TripAdvisor, Amazon, webs de periódicos), las webs, los blogs, el mensaje corto de texto, el correo electrónico, los videojuegos o los mensajes de redes sociales. Las autopresentaciones de los usuarios en esas redes han recibido también considerable atención, pues son textos cuya concentración temporal facilita el análisis (Di Prospero, 2011; Oberst Chamarro y Renau, 2016). Posiblemente, uno de los géneros más ajenos al mundo analógico sea el meme, que tiene elementos en común con los emoticonos (ya que fomentan la dimensión comunicativa del discurso sobre la informativa) y con los hipervínculos (pues enfatizan el carácter recursivo de la comunicación).

Los criterios que consideramos relevantes en la descripción de los géneros digitales son, sobre todo, criterios extralingüísticos, que pueden encontrarse en otras propuestas previas (Askehave y Nielsen, 2005; Giltrow y Stein, 2009; Vela y Cantamutto, 2016; Herring, 2019).

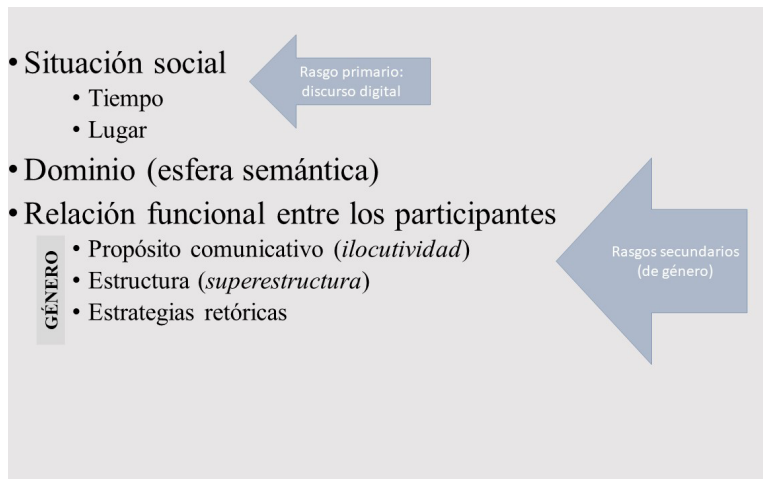


Figura 1. La naturaleza digital impacta en la situación social y en las características estructurales de los géneros discursivos (Elaboración propia)

Como puede apreciarse, no proponemos rasgos excluyentes entre sí que permitan identificar los géneros con criterios de distintividad binaria +/- . Tampoco hay rasgos exclusivos del ámbito digital, aunque la digitalización potencie extraordinariamente algunos de ellos. Esto es debido a que se trata de rasgos derivados de cada marco socio-lingüístico de interacción y de los géneros que propicia cada marco (Fishman, 1971; Van Dijk, 1978; Swales, 1990). Como sabemos, en los modelos clásicos tales marcos están constituidos por la situación social (tiempos y lugares, señala Fishman explícitamente), el dominio contextual, y la relación funcional entre los participantes, siendo esta la que propicia la elección de uno u otro género textual, que a

su vez puede definirse con los criterios clásicos de Swales (1990): la finalidad/intencionalidad del mensaje, la superestructura¹⁰, y las estrategias retóricas. La opción por la comunicación digital determina la situación social en que esta acontece, y la digitalidad condiciona a su vez elementos estructurales del mensaje.

El primer rasgo, obviamente, y el único compartido por todos los géneros, es la naturaleza digital del texto. Ya se trate de la presentación de la declaración de impuestos o del mensaje publicado en una red social, lo cierto es que el canal digital afecta directamente al tiempo y el lugar en que comunicamos, por lo general eliminando las restricciones que géneros equiparables muestran en el ámbito analógico; para compensar el borrado de estas restricciones es normal que otros factores cobren mayor importancia. De hecho, la reflexión sobre la alteración espaciotemporal que supone internet y la comunicación móvil ha dado lugar a conceptos claves en la teoría de la comunicación, como la «ausencia de lugar», las «audiencias invisibles», los «contextos solapados» (Meyrowitz, 1985) o las «audiencias imaginadas» (Marwick y Boyd, 2010). Probablemente uno de los rasgos más importantes determinados por el tipo de plataforma tiene que ver con que la mediación de las pantallas supone un reemplazo de la presencialidad y una alteración de las coordenadas temporales del mundo analógico:

Estar más cerca de quien está lejos que de quien está a nuestro lado es un fenómeno de disolución política de la especie humana. La pérdida del propio cuerpo comporta la pérdida del cuerpo de los demás, en beneficio de una especie de espectralidad de lo lejano (Virilio, 1996: 46).

Una vez comprobamos que la digitalización resulta insuficiente para la caracterización de un corpus, se hacen necesarias otras variables (secundarias) que afectan básicamente a la superestructura de Swales (1990):

- *Interactividad*: Es el criterio que permite distinguir géneros *monológicos* (página web, texto wiki, banner publicitario, podcast, texto elaborado mediante inteligencia artificial) y textos *dialógicos*, que admiten turnos reactivos (mensaje corto de texto o de mensajería instantánea, publicación en foros y en redes sociales, correo electrónico, valoración de usuario, formulario web, videoconferencia).
 - *Tempo*: Los géneros dialógicos pueden ser de respuesta *instantánea* (lo que nos lleva a una gestión del turno inmediata, puntual) o *diferida*. En la medida en que casi todas las aplicaciones digitales de comunicación se

¹⁰ Swales habla de “*schematic structure*” y “*move structure*”; utilizamos el término de Van Dijk, “superestructura”, más operativo.

han convertido en portátiles, pues son accesibles desde el teléfono móvil, podría decirse que la interactividad digital permite siempre el intercambio instantáneo y el diferido, tal vez con la única excepción del chat y el vídeo-chat, que exigen la inmediatez y consiguen imponer la presencialidad. La llamada mensajería instantánea hace referencia a la instantaneidad entre emisión y disponibilidad del mensaje, no apunta a la recepción¹¹.

- *Acceso*: Un texto digital, dialógico o no, puede ser concebido por su emisor como *privado* (ya sea con una sola persona o con un grupo) o como *público*.
 - *Triangulación*: Cuando los géneros dialógicos se desarrollan en público la interacción asume la *triangulación* que ofrecen, por ejemplo, los juicios, o las entrevistas y debates de medios de comunicación, en los que un intercambio se realiza ante un público. Así, podemos seguir en redes la conversación que mantienen otras personas sin intervenir en ella.
- *Grado de multimodalidad*: Recurso a más de un código comunicativo (lectoescritura, sonido, imagen). Los registros formales o institucionales son los más proclives a la generación de *géneros mono-código escritos* (formularios, informes médicos) pero incluso en ese tipo de marcos de interacción puede ser posible la inclusión de audio y video (una radiografía digitalizada junto al informe diagnóstico). Más difícil resulta introducir multimodalidad en los géneros mono-código orales (podcasts), pero existen ya emisoras de radio que retransmiten en video la programación. No cabe, pues, hablar de un rasgo presente/ausente, sino de un continuum de *multimodalidad*.
 - *Convergencia o Transmedialidad*: Tipo especial de géneros dialógicos y públicos (literarios, periodísticos, lúdicos) en los que la generación de texto («contenido» en terminologías de comunicación, Jenkins, 2002, 2006) exige la colaboración de quienes inicialmente eran solo destinatarios a través de diversos medios de comunicación y recurriendo a todo tipo de códigos. Son, pues, textos polifónicos y multimedia, que activan fenómenos de intertextualidad y recursividad.
- *Condensación*: Como ocurre en algunos géneros de interacción no digital (debates, telegramas, artículos científicos), puede haber géneros digitales que impongan limitaciones de longitud

¹¹ De hecho, existen *widgets* que permite leer los mensajes de WhatsApp sin tener que entrar en la aplicación, de forma que incluso si tenemos activada la marca de recepción, el emisor no sepa que lo hemos leído; esta “trampa” conversacional no es posible cuando se trata de mensajes de audio.

a los mensajes; así ocurre, por ejemplo, en la limitación de caracteres de la caja de respuesta en un formulario web, o el mensaje de algunas redes sociales. Los géneros con este tipo de limitaciones son géneros *condensados* que imponen a sus textos un grado de concentración expresiva, frente a los géneros *elaborados*, cuya extensión libre permite mayor cuidado estilístico-retórico.

7. Breve conclusión

El estado de la cuestión sobre los estudios alineados con el denominado *análisis del discurso digital* muestra un alto grado de dispersión, fragmentación e inconsistencia teórico-metodológica, centrando el análisis de cuestiones muy concretas que en ocasiones revelan la poca especificidad de tal “discurso digital”. No se trata, en absoluto, de una situación novedosa, sino que podemos rastrearla en múltiples ámbitos de investigación, especialmente en los momentos iniciales de la aparición de nuevas perspectivas de análisis o nuevos objetos de estudio. Pero es necesario que los análisis sean compatibles con los desarrollos teóricos de la lingüística.

Una vez comprobada la necesidad de describir los datos digitales mediante el recurso a variables pragmáticas y/o sociolingüísticas bien asentadas en el análisis del discurso, se comprueba que, entre ellas, solo la variable de género textual permite mantener cierta especificidad digital, sin que eso, no obstante, asegure de entrada claras diferencias *discursivas* con los correspondientes géneros no digitales (entrada de Wikipedia *vs.* entrada de enciclopedia clásica; comentarios de lector de periódicos *vs.* cartas al director; mensaje de Whatsapp *vs.* nota de *post-it*; etc.).

8. Referencias

- ALBALADEJO, T. (2011): “Accesibilidad y recepción en el discurso digital. La galaxia de discursos desde el análisis interdiscursivo”, Vilches, F. (ed.), *Un nuevo léxico en la red*, Madrid: Dykinson, pp. 15-28.
- ALBALADEJO, T. (2012): “Retórica política y comunicación digital. La ampliación de la poliacroasis”, del Río, E., Ruíz de la Cierva, M. C. y Albaladejo, T. (eds.), *Retórica y política. Los discursos de la construcción de la sociedad*, Logroño: Instituto de Estudios Riojanos, pp. 49-66.
- ALCÁNTARA-PLÁ, M. (2014): “Las unidades discursivas en los mensajes instantáneos de wasap”, *Estudios de Lingüística del Español*, 35, pp. 223-242.
- ALCÁNTARA-PLÁ, M. (2020): “Metodología híbrida para el análisis del discurso digital. El ejemplo de ‘democracia’ en Twitter”, *Cuadernos AISPI: Estudios de lenguas y literaturas hispánicas*, 16(2), pp. 25-44. <https://doi.org/10.14672/2.2020.1696>

- ASKEHAVE, I. y NIELSEN, A. E. (2005): "Digital genres: a challenge to traditional genre theory", *Information technology & people*, 18(2), pp. 120-141. <https://doi.org/10.1108/09593840510601504>
- BETTI, S. (2006): "La jerga juvenil de los SMS :-)", *Cuadernos del Lazarillo*, 31, pp. 68-76.
- BOU-FRANCH, P. y GARCÉS-CONEJOS BLITVICH, P. (2019) (eds.): *Analyzing Digital Discourse: New Insights and Future Directions*, Cham, Switzerland: Palgrave-MacMillan.
- CALERO VAQUERA, M. L. (2014): "El discurso del WhatsApp: entre el Messenger y el SMS", *Oralia*, 17, pp. 85-114.
- CANTAMUTTO, L. y VELA-DELFA, C. (2016): "El discurso digital como objeto de estudio: de la descripción de interfaces a la definición de propiedades", *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*, 69, pp. 296-323.
- CARPI, E. (2013): "La neología léxica en el discurso del turismo: análisis de blogs profesionales del corpus Linguaturismo", Chierichetti, L. y Garofalo, G. (eds.), *Discurso Profesional y Lingüística de Corpus*, Bergamo: CELSB, pp. 51-71.
- CASAS GÓMEZ, M. (2021): "La semántica y sus usos terminológicos", *Bulletin hispanique*, 123(2), pp. 187-204. <https://doi.org/10.4000/bulletinhispanique.13964>
- CASTELO, S. (2014): "#PolíticosViolentos. Un análisis de la agresión en el discurso político en Twitter", *Revista SAAP. Publicación de Ciencia Política de la Sociedad Argentina de Análisis Político*, 8(2), pp. 609-629.
- CASTRO, A. y DÍAZ, P. (2021): "Tuiteratura: contar historias con los hilos y recursos de Twitter", *Ocnos: revista de estudios sobre lectura*, 20 (1), pp. 82-95. https://doi.org/10.18239/ocnos_2021.20.1.2481
- CAUTÍN-EPIFANI, V. y CANTAMUTTO, L. (2016): "El Hipervínculo Apelativo como recurso interactivo en el discurso digital", *IX Encuentro Nacional de Estudios del Discurso*, ALED-Chile: Universidad Católica de Temuco.
- DE LEÓN-PASQUEL, L. (2018): "Entre el mensaje romántico y el etnorock en YouTube: repertorios identitarios en los paisajes virtuales de jóvenes mayas tsotsiles", *LiminaR*, 16(1), pp. 40-55. <https://doi.org/10.29043/liminar.v16i1.563>
- DI PRÓSPERO, C. E. (2011): "Autopresentación en Facebook: un yo para el público", *Revista latinoamericana de estudios sobre cuerpos, emociones y sociedad*, 36, pp. 44-53.
- DUQUE, E. (2020): "Relaciones entre texto e imagen en el discurso digital", *Cuadernos AISPI*, 16(2), pp. 143-162. <https://doi.org/10.14672/2.2020.1702>
- ESTRADA, A. y DE BENITO, C. (2016): "Variación en las redes sociales: datos twilectales", *Revista Internacional de Lingüística Iberoamericana*, XIV, 28, pp. 77-111. <https://doi.org/10.31819/rili-2016-142806>
- FAIRCOUGH, N. (1992): *Discourse and social change*, Cambridge: Polity Press.
- FISHMAN, J. (1971): *Sociología del lenguaje*, Madrid: Cátedra.
- GALÁN, C. (2002): "En los arrabales de la comunicación: los mensajes SMS", *Anuario de Estudios Filológicos*, XXV, pp. 103-117.
- GALLARDO-PAÜLS, B. (1994): "Conversación y conversación cotidiana: sobre una confusión de niveles", *Pragmalingüística*, 2, pp. 151-194.
- GALLARDO-PAÜLS, B. (2018): *Tiempos de hipérbole. Inestabilidad e interferencias en el discurso político*, València: Tirant lo Blanch.
- GALLARDO-PAÜLS, B. (2021a): "Convencer mirando a cámara: el minuto de oro de los debates electorales como refugio de condensación retórica", *RILCE. Revista de filología hispánica*, 37(2), pp. 590-620. <https://doi.org/10.15581/008.37.2.590-620>

- GALLARDO-PAÜLS, B. (2021b): “El hablar como intención comunicativa”, Loureda, Ó. y Schrott, A. (eds.), *Manual de Lingüística del hablar*, Berlín: De Gruyter, pp. 79-94.
- GALLARDO-PAÜLS, B. (2022): *Signos rotos. Fracturas de lenguaje en la esfera pública*, València: Tirant lo Blanch.
- GALLARDO-PAÜLS, B. y ENGUIX-OLIVER, S. (2016): *Pseudopolítica. El discurso político en las redes sociales*, València: Universitat de València.
- GARCÍA-JIMENEZ, R. M. (2021): “Eludir la vigilancia crítica. Los implícitos en la comunicación política en las redes sociales”, Villar Hernández, P. (ed.), *Retóricas negativas: la desinformación de derecha radical y su cobertura mediática*, València: Tirant lo Blanch, pp. 179-192.
- GILTROW, J. y STEIN, D. (2009): “Genre in the internet: Innovation, evolution, and genre theory”, Giltrow, J. y Stein, D. (eds.), *Genres in the internet: Issues in the theory of genre*, Amsterdam: John Benjamin, pp. 1-25.
- GÓMEZ-CAMACHO, A. y GÓMEZ DEL CASTILLO, M. T. (2017): “La norma escrita en las conversaciones de WhatsApp de estudiantes universitarios de posgrado”, *Revista mexicana de investigación educativa*, 22(75), pp.1077-1094.
- GÓMEZ-TORREGO, L. (2001): “La gramática en Internet”, *Actas del II Congreso Internacional de la Lengua Española. El español en la Sociedad de Información*, Valladolid, 16-19 de octubre de 2001.
- GONÇALVES, B. y SÁNCHEZ, D. (2014): “Crowdsourcing Dialect Characterization”, *PLoS ONE*, 9(11), e112074. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0112074>
- GOODWIN, C. (1995): “Co-constructing Meaning in Conversations with an Aphasic Man”, *Research on Language and Social Interaction*, 28(3), pp. 233-260.
- HASBÚN-MANCILLA, J. O. et al. (2017): “Encuadres del cambio climático en Chile: Análisis de discurso en prensa digital”, *Convergencia*, 24(74), pp. 161-186. <https://doi.org/10.29101/crcs.v0i74.4387>
- HERRING, S. C. (2004): “Computer-mediated discourse analysis: An approach to researching online behavior”, Barab, S.A., Kling, R. y Gray, J. H. (eds.), *Designing for virtual communities in the service of learning*, New York: Cambridge University Press, pp. 338-376.
- HERRING, S. C. (2019): “The Coevolution of Computer-Mediated Communication and Computer-Mediated Discourse Analysis”, Bou-Franch, P. y Garcés-Conejos Blitvich, P. (eds.), *Analyzing Digital Discourse*, Cham, Switzerland: Palgrave-MacMillan, pp. 25-67.
- IVANOVA, O. (2020): “El discurso digital sobre la demencia: hibridación de géneros y registros en los foros de cuidadores de personas con la Enfermedad de Alzheimer”, *Cuadernos AISPI*, 16(2), pp. 125-142. <https://doi.org/10.14672/2.2020.1701>
- JENKINS, H. (2002): “Interactive audiences? The collective intelligence of media fans”, Harries, D. (ed.), *The new media book*, British Film Institute, pp. 157-170.
- JENKINS, H. (2006): *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*, Barcelona: Paidós.
- JEWITT, C. (2013): “Multimodal methods for researching digital technologies”, Price, S., Jewitt, C. y Brown, B. (eds.), *Handbook of Digital Technology research*, Los Ángeles, CA: Sage, pp. 250-265.
- JEWITT, C. (2016): “An Introduction to Multimodality”, Jewitt, C. (ed.), *The Routledge Handbook of Multimodal Analysis*, London: Routledge, pp. 15-30.

- KILGARRIFF, A. y GREFFENSTETTE, G. (2001): "Web as corpus", *Proceedings of Corpus Linguistics*, 1, pp. 342-344.
- LABOV, W. (1972): "Some principles of linguistic methodology", *Language in Society*, 1, pp. 97-120.
- LÓPEZ-NAVARRETE, A. (2021): "Una aproximación multimodal a los gestos en la comunicación digital", *Revista Inclusiones*, 8, pp. 148-160.
- LÓPEZ-QUERO, S. (2003): *El lenguaje de los 'chats'. Aspectos gramaticales*. Granada: Port-Royal.
- LÓPEZ URREA, L. M., PÁEZ VALDEZ, J. E. y CUÉLLAR RODRÍGUEZ, A. D. (2016): "El discurso político mediado por ordenadores: análisis del discurso en las cuentas del presidente Juan Manuel Santos y del expresidente Álvaro Uribe Vélez en la red social digital Twitter", *Nexus Comunicación*, 331, pp. 110-130. <http://hdl.handle.net/10893/11868>.
- MADRID CÁNOVAS, S. (2023): "Análisis del personalismo en el discurso político en redes. El perfil de Macron en Instagram", *CLAC. Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, 96.
- MANCERA, A. y PANO, A. (2015): "Valores sintáctico-discursivos de las etiquetas en Twitter", *CLAC: Círculo de lingüística aplicada a la comunicación*, 64, pp. 58-83. https://doi.org/10.5209/rev_CLAC.2015.v64.51278
- MANCERA, A. y PANO, A. (2020): *La opinión pública en la red*, Madrid: Iberoamericana.
- MARIOTTINI, L. y HERNÁNDEZ-TORIBIO, M. I. (2017): "La narración de experiencias en TripAdvisor", *RILCE: Revista de Filología Hispánica*, 33(1), pp. 302-30. <https://doi.org/10.15581/008.33.1.302-30>
- MARTÍNEZ-ROLÁN, X. y PIÑEIRO-OTERO, T. (2016): "Los memes en el discurso de los partidos políticos en Twitter: análisis del Debate sobre el Estado de la Nación de 2015", *Communication & Society*, 29(1), pp. 145-160. <https://doi.org/10.15581/003.29.35935>
- MARWICK, A. E. y BOYD, D. (2010): "I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter users, context collapse, and the imagined audience", *New media & society*, 13(1), pp. 114-133. <https://doi.org/10.1177/14614448103653>
- MÉNDEZ GARCÍA DE PAREDES, E. (2011): "Si yo fuera estado allí, no fuera pasado eso. Pervivencia de un aparente arcaísmo en la lengua de Internet", Bustos, J. J. (ed.), *Homenaje a Antonio Narbona*, II, Universidad de Sevilla, pp. 1009-1032.
- MEYROWITZ, J. (1985): *No sense of place: The impact of electronic media on social behavior*, Oxford University Press.
- MUÑOZ, A. y ARGÜELLES, I. (2010): "Análisis del discurso en redes sociales. Twitter un caso bajo estudio", Bueno Alonso, J. et al. (eds.), *Analizar datos > Describir variación*, Vigo: Universidade de Vigo, pp. 710-720.
- NEWMAYER, F. J. y EMONDS, J. (1971): "El lingüista en la sociedad americana", Emonds, J. et al, *Lingüística y sociedad*, Madrid: s. XXI, pp. 13-44.
- OBERST, Ú., CHAMARRO, A. y RENAÚ, V. (2016): "Estereotipos de género 2.0: Auto-representaciones de adolescentes en Facebook", *Comunicar*, 48(3), pp. 81-90. <https://doi.org/10.3916/C48-2016-08>
- OESTERREICHER, W. (1996): "Lo hablado en lo escrito", Kotschi, T. et al. (eds.), *El español hablado y la cultura oral en España e Hispanoamérica*, Frankfurt: Vervuert, pp. 317-340.
- OLEAQUE-MORENO, J. M., PELLISER-ROSSELL, N. y PELLICER-LÁZARO, M. (2021): "La 'España' imaginada de Vox: El discurso radical en Twitter", Villar-Hernández, P. (ed.), *Retóricas negativas: la desinformación de derecha radical y su cobertura mediática*, València: Tirant lo Blanch, pp. 139-162.

- ONG, W. (1986): *Oralidad y escritura. Tecnologías de la palabra*, México: Fondo de Cultura Económica
- PADILLA HERRADA, M. S. (2015): “La argumentación política en Twitter”, *Discurso & Sociedad*, 9(4), pp. 419-444.
- PARINI, A. (2022): “Estudios del discurso digital”, López Ferrero, C., Carranza, I. E. y Van Dijk, T.A. (eds.), *Estudios del discurso / The Routledge Handbook of Spanish Language Discourse Studies*, London: Routledge, pp. 395-408.
- PÉREZ-LLANTADA, C. (2021): “Grammar features and discourse style in digital genres: The case of science-focused crowdfunding projects”, *Revista Signos*, 54 (195), pp. 73-96. <https://doi.org/10.4067/S0718-09342021000100073>
- POSTMAN, N. (1985): *Divertirse hasta morir*, Barcelona: La Tempestad.
- ROMERO-RODRÍGUEZ, L. M. et al. (2015): “De la demonización a la polarización: un análisis desde el discurso digital del gobierno y la oposición venezolana”, *Argos*, 32(62), pp. 97-117.
- ROMISZOWSKI, A. y MASON, R. (1996): “Computer-mediated communication”, Jonassen, D. (ed.), *Handbook of research for educational communications and technology*, New York: Simon & Schuster Macmillan, pp. 438-456.
- SAMPIETRO, A. (2016): *Emoticonos y emojis: análisis de su historia, difusión y uso en la comunicación digital actual*. Tesis doctoral. Universitat de València. <https://roderic.uv.es/handle/10550/53873>.
- SANTOS-MUÑOZ, A. (2015): “La cronémica de reuniones multipartitas en videoconferencia”, *Lengua y Habla*, 19, pp. 56-76.
- SLIMOVICH, A. (2017): “La ruta digital a la presidencia argentina”, *Dixit*, 26, pp. 24-43. <https://doi.org/10.22235/d.v0i26.1321>
- SUAU JIMÉNEZ, F. (2020): “Comunicar o persuadir: la traducción de reseñas online de viajeros”, Baynat Monreal, M. E. et al. (eds.), *TIC e interculturalidad: miradas cruzadas*, Granada: Comares, pp. 347-370.
- SWALES, J. M. (1990): *Genre Analysis*, Cambridge: Cambridge University Press.
- THURLOW, C. (2017): “Enmarcando el lenguaje de los nuevos medios”, Giammatteo, M. et al. (eds.), *El Español en la Red: Usos y Géneros de la Comunicación Mediada por Computadora*, Madrid-Frankfurt: Iberoamericana Vervuert, pp. 27-46.
- TORRES, C. (2014): “Novelas en Twitter: el fenómeno de la narrativa en 140 caracteres”, *Espéculo. Revista de Estudios Literarios*, 54, pp. 208-220.
- ULLOA LÓPEZ, L. P. y GÓMEZ MASJUAN, M. E. (2019): “Hipermediaciones que rigen en la comunicación de jóvenes universitarios de Ecuador en Facebook”, *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*, 20, pp. 152-164.
- VAN DIJK, T. A. (1978): *Estructuras y funciones del discurso*, México: Siglo XXI.
- VÁSQUEZ, C. (2016): “Intertextuality and authorized transgression in parodies of online consumer reviews.”, *Language@ internet*, 13(6). <https://www.languageatinternet.org/articles/2016/vaquez>.
- VELA-DELFA, C. y CANTAMUTTO, L. (2015): “Methodological approach to the design of digital discourse corpora in Spanish. Proposal of the CÓDICE Project”, *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 198, pp. 494-499. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.07.472>
- VELA-DELFA, C. y CANTAMUTTO, L. (2016): “De participante a observador: el método etnográfico en el análisis de las interacciones digitales de

- Whatsapp", *Tonos Digital*, 31, pp. 1-22. <http://repositoriodigital.uns.edu.ar/handle/123456789/4054>.
- VENTURA, A. S. (2016): "Argumentación y discurso político en Twitter. Análisis de la campaña presidencial argentina 2011", *Aposta*, 69, pp. 39-66. <http://hdl.handle.net/11336/106182>.
- VILLAR-HERNÁNDEZ, P. (2020): "El discurso pseudopolítico de la segunda pantalla. #ElDebateEnRTVE visto a través de sus prosumers", *Revista Latina de Comunicación Social*, 76, pp. 121-141. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1440>
- VILLAYANDRE, M. (2003): "Internet como corpus: el caso de 'Bidibí'", *Contextos*, 41(44), pp. 205-231.
- VIRILIO, P. (1996): *El ciber mundo, la política de lo peor*, Madrid: Cátedra.
- WIERZBICKA, A. (2021): "'Semantic Primitives', fifty years later", *Russian Journal of Linguistics*, 25(2), pp. 317-342. <https://doi.org/10.22363/2687-0088-2021-25-2-317-342>
- WILLMANN, O. (1907): "The Seven Liberal Arts", *The Catholic Encyclopedia*. Vol. 1, New York: Robert Appleton Company. <https://www.newadvent.org/cathen/01760a.htm>.
- YUS, F. (2001): *Ciberpragmática. El uso del lenguaje en Internet*, Barcelona: Ariel.
- ZAMORANO-ROJAS, A. D., CAMACHO GÓMEZ, M. C. y ROMERO-DELGADO, C. I. (2020): "Emojis: Herramienta de expresión visual entre jóvenes universitarios", Cabrera Collazo, R. (ed.), *De la imagen al gesto*, México: Global Knowledge, pp. 276-283.