



Universidad de Valladolid

Facultad de Filosofía y Letras
Departamento de Lengua Española

ESTILO COMUNICATIVO DIGITAL: PROPUESTA DIDÁCTICA PARA SU ENSEÑANZA EN EL AULA DE ELE

Máster en Español como Lengua Extranjera: Enseñanza e Investigación

ROCÍO TORRES ZÚÑIGA
CRISTINA VELA DELFA
VALLADOLID, 2024

Agradecimientos

A mi tutora, Cristina Vela Delfa, quien me acompañó a lo largo de este proceso desde la idea del TFM hasta la revisión final, aportando con referencias, reflexiones y paciencia.

Al personal docente del máster, quienes me dieron las herramientas y los conocimientos necesarios para poder llevar a cabo este trabajo de manera satisfactoria.

A mi familia por darme la oportunidad de estudiar tan lejos de casa y apoyarme siempre a la distancia, por la paciencia y la contención, por la espera que está pronta a terminar y por el cariño con el que sé que me esperan.

A mis amigos en España, a quienes agradezco de manera individual por la influencia que tuvieron durante todo este proceso:

A Natalia por su compañía constante en las sesiones de trabajo en la biblioteca, por la contención en momentos de ansiedad, por los picnic compartidos durante los descansos y por los *Reels* y las risas compartidas.

A Simona por la paciencia cuando buscaba sus abrazos en su despacho en los descansos del trabajo, por la compañía y por el apoyo moral.

A Jul por sus constantes correcciones, por su sabiduría y por su compañía no solo durante este proceso, sino a lo largo de todo el máster.

A Virginia y a Sandra por la compañía en la biblioteca, por el apoyo, por compartir ideas y frustraciones.

A David por organizar mis tiempos de trabajo, por su compañía constante, por su contención y por hacerme reír en momentos de bloqueo creativo.

A mis amigos de Chile, quienes, a pesar de la distancia, me escribían constantemente para darme ánimos y acompañarme.

A mis amigos que se encuentran actualmente en otras partes del mundo y con quienes mantuve contacto durante este proceso, gracias por las videollamadas de descanso y por la contención a través de redes sociales, por los memes y los *Reels* compartidos que no solo me hacían reír, sino que también contribuyeron indirectamente a la propuesta didáctica de este trabajo.

ÍNDICE

Resumen	5
Abstract	6
1. Introducción	7
2. El español en el internet	9
2.1. El internet como medio de interacción.....	9
2.2. Redes sociales	10
2.3. Ciberhabla y ciberpragmática.....	12
2.4. Estrategias gráficas y lingüísticas para suplir las desventajas de la CMT	13
2.4.1.Estrategias multimodales.....	14
2.4.2.Estrategias lingüísticas.....	16
2.5. Géneros discursivos en la comunicación digital	18
2.5.1.Wikis.....	19
2.5.2.Blogs	19
2.5.3.Foros de debate.....	20
2.5.4.Correo electrónico.....	22
2.5.5.Texto breve.....	23
2.5.6.Videoconferencia	25
3. Estilo comunicativo digital	27
3.1. Dicotomías del estilo comunicativo digital.....	27
3.1.1.Modo de realización	28
3.1.2.La enunciación.....	30
3.1.3.Relaciones interpersonales	33
3.2. Formalidad e informalidad en el estilo comunicativo digital.....	34
3.2.1.Registro lingüístico en el discurso político en X	36
3.2.2.Registro lingüístico en el discurso de celebridades en X	40
4. Estilo comunicativo digital del español en el aula de ELE	43
4.1. Manuales de niveles intermedios	43
4.1.1.Eco: Curso modular de Español Lengua extranjera -Intensivo-.....	43
4.1.2.Aula Internacional 4	47
4.1.3.Bitácora 4 Nueva Edición.....	50
4.2. Manuales de niveles avanzados.....	51
4.2.1.Nuevo Prisma Nivel C1.....	51

4.2.2. <i>Nuevo Prisma Nivel C2</i>	55
4.3. Discusión del análisis de materiales.....	60
5. Propuesta didáctica de aplicación	63
5.1. Justificación de la propuesta.....	63
5.2. Contextualización de la clase	63
5.3. Requisitos mínimos para la aplicación.....	65
5.4. Unidad didáctica: “Redes sociales: antecedentes virtuales”	65
5.4.1. <i>Sección 1: Actividades de calentamiento/introducción</i>	65
5.4.2. <i>Sección 2. La informalización del discurso</i>	67
5.4.3. <i>Sección 3: Contraste de registros e hipertextualidad</i>	71
5.4.4. <i>Sección 4. Contraste del lenguaje no digital y digital</i>	74
5.4.5. <i>Sección 5. Evaluación de lo aprendido con un Reel</i>	76
6. Conclusiones y proyecciones	79
Bibliografía	82

Resumen

El discurso digital o estilo comunicativo digital ha sido estudiado desde diversas disciplinas para establecer sus características lingüísticas, pragmáticas y discursivas; sin embargo, existe poco material para su enseñanza en el aula de ELE. Por esto se busca generar una propuesta didáctica para su implementación en el aula. Con este objetivo, se realiza primero un repaso bibliográfico de las características del discurso digital a nivel de géneros discursivos, estrategias multimodales y lingüísticas y dicotomías pragmáticas, para luego revisar el material disponible sobre el estilo comunicativo en manuales de ELE y finalmente proponer actividades en una unidad didáctica con un enfoque accional con el uso de redes sociales. A nivel general, se concluye que el material disponible sigue siendo escaso, la enseñanza del discurso digital se relega a niveles muy avanzados. Por esta razón, la unidad didáctica se plantea en cinco secciones que repasan la informalización del discurso (estrategias de modificación lingüística), los registros lingüísticos en línea, diferenciación del lenguaje digital del no digital y una evaluación final. El desafío para el futuro es poder desarrollar en más detalle la planificación de la enseñanza de este discurso en el aula de ELE desde niveles intermedios justificada en la adecuación de los estudiantes a los diversos contextos comunicativos.

Palabras clave: discurso digital, estilo comunicativo digital, español como lengua extranjera, unidad didáctica, informalización del discurso digital.

Abstract

The digital discourse or digital communication style has been studied from a wide variety of disciplines in order to set up its linguistic, pragmatic and discursive characteristics; Nonetheless, there are few resources available to teach it in SFL lessons. Consequently, this piece of work proposes a teaching unit for it to be taught in the SFL classroom. With this in mind, the first part of this research focuses on a bibliographic review on the characteristics of digital discourse regarding discourse genres, multimodal and linguistic strategies, and pragmatic dichotomies; subsequently, it continues with an analysis of the information available on the digital communication style in books used for SFL lessons; finally, it proposes a teaching unit based on an actional approach through the use of social media. In conclusion, the activities available are still poor and teaching the digital discourse is relegated to proficiency levels. Hence, the teaching unit is formulated in five sections including discourse informalization (linguistic modification strategies), linguistic registers online, contrast of digital and non-digital discourse language and a final evaluation. A challenge for the future is to plan carefully how to teach the digital discourse in the SFL classroom from intermediate levels, which is justified by the need of students to adapt to different communication contexts.

Key words: digital discourse, digital communication style, Spanish as a foreign language, teaching unit, digital discourse informalization.

1. Introducción

El internet y todas las interfaces y plataformas que lo integran han logrado modificar completamente la forma en la que nos comunicamos. Si bien en un inicio se creía que este solo sería un medio para emular la manera en la que las diversas funciones comunicativas se expresan en el entorno físico y presencial, es verdad que las posibilidades de la red han generado tal impacto en la población y viceversa que actualmente podemos encontrarnos con producciones (orales y escritas) que serían inimaginables en la era previa la red 2.0.

La comunicación por la red se ha visto expuesta a muchos cambios a lo largo del tiempo porque en un inicio se adaptaba a las opciones que cada interfaz permitía. Comenzamos escribiendo letras en una pantalla negra para comunicarnos con palabras y hoy en día enviamos stickers con movimiento para expresar un mensaje en sí mismo. Por esta razón, desde diversas disciplinas, se ha estudiado la forma en la que usamos el lenguaje, no solo como un conjunto de reglas gramaticales, sino también desde la pragmática, considerando a los interlocutores, las intenciones y el contexto comunicativos en el que se desenvuelven las interacciones.

Considerando entonces el cambio de paradigma que ha creado esto, se plantea la idea de enseñar el discurso digital en el aula de ELE para que los estudiantes puedan desenvolverse en todos los contextos comunicativos posibles y así también desarrollar todas las destrezas comunicativas establecidas por el Marco Común Europeo de Referencia en un medio masificado en el último tiempo y al que tienen acceso desde cualquier dispositivo en la mayoría de los espacios del globo.

Para esto, se plantea un repaso bibliográfico de lo que hasta hoy se conoce sobre el discurso digital y así crear un panorama sobre lo que concebimos con este concepto. Posteriormente se presenta un análisis de manuales disponibles en la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Valladolid para indicar el enfoque que se ha dado al discurso digital en el aula de ELE y los ejercicios que se exponen a los alumnos para su aprendizaje. Finalmente se da una propuesta didáctica para la enseñanza del discurso digital del español con un enfoque accional que lleva a los aprendientes a hacer uso de este lenguaje en un entorno real y posible.

2. El español en el internet

2.1. El internet como medio de interacción

En los últimos años el internet ha revolucionado la manera en la que nos comunicamos. De hecho, sigue cambiando y sigue evolucionando. Desde 1980, con la creación de la primera página web fuimos testigos del potencial que tenía crear una plataforma que pudiera ser de fácil acceso para todo el mundo. Como bien sabemos, en un inicio este solía ser informativo y no ha perdido esta función, podemos notarlo en páginas web de periódicos, de empresas o en la misma Wikipedia, una “enciclopedia libre, políglota y editada de manera colaborativa” (Wikipedia, S.f.) Sin embargo, en sus inicios la información entregada en el internet era unidireccional y en solo cuarenta años hemos podido conocer y adaptarnos poco a poco a las funcionalidades que se han ido desarrollando en el internet.

El internet en general concibe ciertos parámetros que dan paso a una comunicación diferente a la física y presencial (Cassany, 2000):

Entorno analógico	Entorno digital
<i>Ámbito pragmático</i>	
1. Interlocutores: <i>comunidad de habla</i> (local, nacional, idiomática). Monoculturalidad.	1. Interlocutores: <i>comunidades virtuales</i> (tribus virtuales). Diversidad cultural.
2. Acceso limitado a destinatarios y recursos enciclopédicos.	2. Acceso ilimitado.
3. Mundo <i>presencial</i> con coordenadas físicas.	3. Mundo <i>virtual</i> y ubicuo.
4. Canal visual. Lenguaje gráfico.	4. Canales visual y auditivo. <i>Hiper</i> o <i>multimedia</i> .
5. Interacción diferida, transmisión lenta, etc.	5. Interacción simultánea, <i>transmisión instantánea</i> .
6. Alto coste.	6. Bajo coste.
<i>Ámbito discursivo</i>	
7. <i>Linealidad</i> . Itinerario único.	7. <i>Hipertextualidad</i> . Diversidad de itinerarios.
8. Intertextualidad <i>retroactiva</i> . Texto cerrado.	8. Intertextualidad <i>proactiva</i> explícita: <i>enlaces</i> . <i>Texto abierto</i> .
9. Géneros tradicionales: <i>carta, informe, invitación, libro</i> .	9. Géneros nuevos: <i>email, chat, web</i> .
10. Elaboración oracional.	10. Fraseología específica, sintagmas aislados.
<i>Ámbito del proceso de composición</i>	
11. Procesamiento lento.	11. Procesamiento eficaz: <i>ingeniería lingüística</i> .
12. <i>Sobrecarga</i> cognitiva.	12. <i>Descarga</i> cognitiva. Énfasis en lo estratégico.
13. Aprendizaje <i>heterodirigido</i> .	13. Énfasis en los recursos <i>autodirigidos</i> .

Fig. 1 Contraste de las características del medio analógico y el digital según Cassany (2000).

Todo lo anterior demuestra que nos encontramos ante un medio de comunicación que desafía la manera en la que consumimos información y altera el ritmo de vida de la sociedad. Los periódicos han sido reemplazados por artículos en línea; el entretenimiento ha cambiado de los

libros a las series y de los programas de televisión a ser hoy vídeos de *YouTube* de transmisiones en vivo en la red. La publicidad también es otra área de la comunicación que ha cambiado, desde anuncios en periódicos a comerciales en la TV, hoy se presentan como pequeñas imágenes llamadas *Ads* en páginas web y como videos incrustados en plataformas de contenido audiovisual. Incluso el área profesional ha logrado mudarse de lo análogo a lo digital a través de aplicaciones de propuestas laborales como *LinkedIn*, el uso del correo electrónico y actualmente también el uso de aplicaciones de mensajería instantánea para comunicarse con las autoridades.

El internet implica una revolución no solo por los avances que ello supone sino porque quien entrega información también es consumidor de esta y debemos considerar que la manera en la que utilizamos el lenguaje ha cambiado. Hoy estamos ante una realidad en la que gran parte del mundo tiene acceso a interactuar con personas en el otro extremo del país o en otro continente, tiene acceso a una nueva cultura y a información antes desconocida al alcance de un clic. De hecho, desde la adición de la funcionalidad de traducción automática, ha dejado de ser necesario estudiar otra lengua para tener acceso a información antes inaccesible por barreras idiomáticas. Esta función de traducción también la podemos encontrar en plataformas de interacción cuasi inmediata como son las redes sociales digitales que no solo plantean una revolución en la manera de plantear la información sino también a nivel lingüístico-pragmático en la comunicación bidireccional y multidireccional.

2.2. *Redes sociales*

Como mencionan Méndez Santos y Vela Delfa en el libro *Las redes sociales digitales en la enseñanza del español como lengua extranjera* publicado en 2023, las redes sociales son “entornos de interacción digital” (p. 11) que han logrado evolucionar en solo 20 años. En este mismo libro se plantea la idea de que una red social física y presencial ya existe, pero el internet ha logrado estrechar las relaciones interpersonales permitiendo que personas que comparten intereses comunes puedan mantenerse en contacto a distancia.

Estadísticas de la página web *Statista* revelan que son más de 4500 millones de personas quienes usan las redes sociales. *Facebook* llevando la delantera con 3049 millones de usuarios activos mensualmente, seguido por las redes *Youtube* y *WhatsApp* (18 de junio de 2024). En el 2022 se estimaba que más de 5000 millones de personas serían usuarios activos mensualmente según la misma página, porque el crecimiento constante de año a año hasta 2022 era de poco más

de 300 millones de usuarios mensuales (Statista, 2024). Por el momento, las estadísticas solo demuestran el incremento hasta mitad de 2024, esto indica de una u otra manera que más gente comprende el uso de este tipo de redes y, con ello, que el interés por usarlas va en aumento. De hecho, la misma página menciona que desde el 2012, el promedio de horas que los usuarios destinan al uso de redes sociales no ha hecho más que subir. Si bien no existen aún datos del presente año, en 2012 corresponderían a una hora y media por día, mientras que, en el 2023, los usuarios utilizaban las redes por alrededor de dos horas y veinte minutos (Statista, 2024).

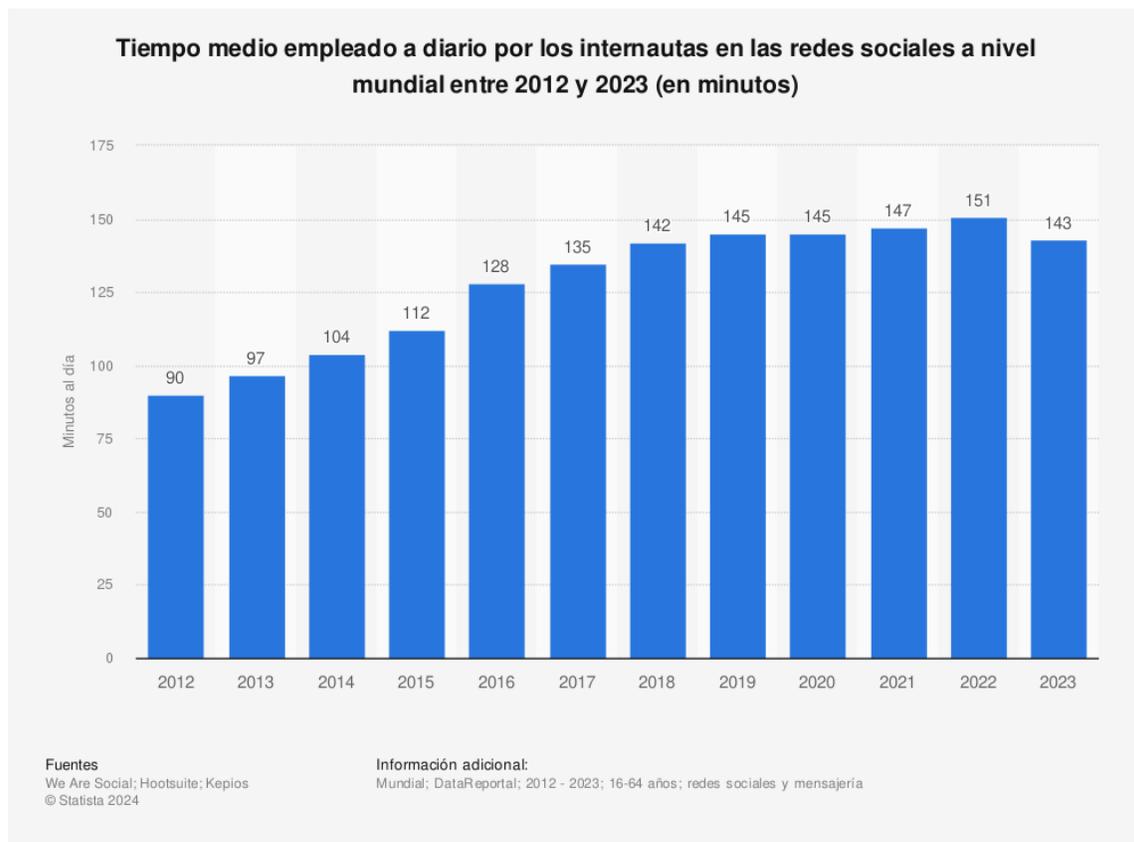


Fig. 2 Tiempo medio empleado a diario por los internautas en las redes sociales a nivel mundial entre 2012 y 2023. Statista (2024).

Igualmente se debe considerar el impacto de las redes sociales, porque el español es la tercera lengua más utilizada en el internet y, por consiguiente, implica un gran *input* para aprendientes de español. Además de ser la tercera en la web general, es la segunda más utilizada en varias plataformas, entre ellas, *Youtube*, *Facebook*, *Netflix*, *LinkedIn*, *Wikipedia*, *Instagram* y *Twitter* (Informe del Instituto Cervantes, 2022 en Méndez Santos y Vela Delfa, 2023). No obstante, debemos considerar qué características tiene el español de las redes sociales, porque, como

sabemos, muchos factores influyen en su uso como las variantes diatópica (dialectos), diastrática (sociolectos), diafásica (campo, modo y tenor) y estilística (estilo digital) que juegan un papel importante en el español que se enseña. A favor de lo anterior, Méndez Santos y Vela Delfa (2023) mencionan que estas variantes solo aportan al mundo de ELE porque son una muestra auténtica de lengua en su amplio espectro y permiten encontrar ejemplos de lengua actuales.

2.3. Ciberhabla y ciberpragmática

El uso del lenguaje en la red ha sido analizado desde diversas perspectivas. La red en sí ha sido catalogada en relación con la sociedad como mencionan Cantamutto y Vela Delfa (2016a) como “extensiones de su cuerpo [...] o como un espacio limitado en el que uno ‘entra’ y ‘sale’” (p. 9); sin embargo, aún quedan incógnitas en cuanto a los fenómenos lingüísticos y extralingüísticos ligados al español en la red.

El impacto de lo digital en el diario vivir es innegable y, por esto, es esencial conocer las características de la lengua en este espacio cada vez más conocido. Las aportaciones y las interacciones en la red van evolucionando en conjunto con las posibilidades que esta da al usuario. Por esto es que muchos de los estudios relacionados con el uso de la lengua en la red se han enfocado en las facultades que las diversas aplicaciones y plataformas tienen para ofrecer al usuario.

Como menciona Vela Delfa en la conferencia *Lingüística y discurso digital* realizada por la Universidad Nacional de Tucumán en mayo de 2021, la terminología para tratar la comunicación en el medio virtual ha variado, según los estudios que se han realizado, en distintas etapas. Para establecer de manera clara una nomenclatura, Vela Delfa (21 de mayo de 2021) se basa en el trabajo de Susan Herring (2019) estableciendo una primera etapa llamada *Pre-web* marcada por investigaciones basadas en lo textual (como la tipografía y la ortografía en la red) en la que se solía hablar de Comunicación Mediada por Computador (CMC); luego, una segunda etapa *Web 1.0* altamente influenciada por los recursos hipertextuales y el análisis discursivo y en la cual la nomenclatura común fue Análisis del Discurso Mediatizado por Ordenador (CMCA, por sus siglas en inglés) y finalmente una etapa *Web 2.0* enfocada en la comunicación digital, influenciada por recursos multimodales y cuya nomenclatura estrella es el Discurso Digital (DD).

Es así como los primeros trabajos sobre la comunicación en medios digitales se relacionaban con aspectos morfosintácticos y semióticos relacionados con la comparación del uso

del lenguaje entre medios digitales y medios tradicionales. Así, según Kowakowska-Glusak (5-6 de septiembre de 2018) se acuñó en 2002 en el libro *El lenguaje e Internet* de David Crystal el concepto de *ciberhabla* como una traducción del término *netspeak*. Este consiste en la combinación o la unión de la escritura y la oralidad, considerando las características propias que el internet ha concedido al lenguaje para emular el lenguaje hablado considerando características del lenguaje no verbal. El ciberhabla, por tanto, se ha conformado como la vertiente un poco más formal y lingüística del uso del lenguaje en el internet, por esto la mayoría de los trabajos relacionados con este tema se enfocan en las estrategias gráficas que se han desarrollado en el internet para suplir ciertas desventajas de la comunicación digital relacionadas con la pragmática.

Algunas de estas desventajas que caracterizan a la comunicación digital y la diferencian de la tradicional según Cantamutto y Vela Delfa (2021) serían:

- Ausencia de presencia física
- La asincronía de los mensajes
- La reducción de lenguaje no verbal
- La estandarización de recursos en la red

Además, no debemos perder de vista que, a diferencia de la lengua en la sociedad que se desarrolló desde lo oral hacia lo escrito, en el internet se dio el fenómeno contrario. Debemos recordar que la interacción a través del medio digital partió como una forma de conectar con otras personas a distancia y cuyo único soporte visual era una foto que identificaba a la persona que tenía un perfil y enviaba mensajes a sus amigos. Fue recién con la creación de la Web 2.0 que se pudo, de cierta manera, comenzar a complementar un mensaje escrito con estrategias multimodales y así dejar un tanto de lado la modificación verbal para adherir la comunicación visual.

2.4. Estrategias gráficas y lingüísticas para suplir las desventajas de la CMT

A pesar de sus desventajas, la comunicación a través de la web se asemeja, como menciona David Crystal (2002), a la comunicación física, apoyándose en características que proceden de ambos lados del binomio habla/escritura. Él mismo menciona que podemos encontrar información en el internet que normalmente encontraríamos en libros, y que, en el caso de ser textos informativos, el estilo cambia ligeramente. Sin embargo, menciona que, en situaciones de interacción, como el correo electrónico, *chats*, mensajería instantánea, redes sociales, podemos

notar algunos aspectos un poco más cercanos a lo que es la conversación hablada. Estas características son:

- Un tiempo determinado y una respuesta inmediata
- La posibilidad de ser borradas inmediatamente (corrección/supresión)
- La información es pasajera (efimeridad)
- El ritmo de la conversación suele ser urgente o rápido
- Falta de aspectos no verbales y paraverbales

Estas características se ven, incluso a día de hoy, reflejadas en los diversos géneros discursivos de la red a través de marcas gráficas verbales como las siguientes:

2.4.1. Estrategias multimodales

2.4.1.1. Graficones

Los graficones, como menciona Vela Delfa (21 de mayo de 2021) haciendo referencia a Herring y Dainas (2017), son una macrocategoría que incluye diversos recursos gráficos complementarios a producciones lingüísticas digitales pasando por los emoticonos y los emojis, hasta los stickers, imágenes y videos. Por ser propios de la red, se describirán brevemente los tres primeros recursos:

2.4.1.2. Emoticonos y emojis

Según Vela Delfa (2021) el primer emoticono se envió en los 80s para comunicar información implícita de un mensaje relacionada con los aspectos paraverbales asociados a la comunicación oral. Según la autora, un investigador de la Universidad Carnegie-Mellon, de una universidad estadounidense, envió la siguiente combinación de signos :-) (llamados emoticonos ASCII) para evitar malentendidos. Sampietro (2023) también menciona que los emoticonos ASCII fueron la evolución de los *smileys*, que a su vez eran conjuntos de íconos disponibles en la red, pero enfocados mayormente en plataformas de foros. Desde 2010, los emoticonos se convirtieron en los que hoy llamamos *emojis*. La diferencia entre ambos radica en que los últimos son pictogramas en color y “su diseño es estandarizado a nivel internacional, por lo que, con pequeñas

modificaciones, los usuarios de sistemas operativos diferentes tienen a su disposición un conjunto similar de iconos” (Sampietro, 2023, p. 10).

Actualmente tenemos una disponibilidad de más de 1.500 emojis en la aplicación de *WhatsApp* (TvAzteca, 2024). Igualmente, Sampietro (2023) señala que algunas aplicaciones permiten la personalización de emojis, de manera que dos preexistentes se puedan fusionar y crear una nueva “emoción”. Ahora bien, es empíricamente comprobable que estos emojis personalizables tienen un tamaño mayor al de los predeterminados y esto implica mayor uso de pantalla en teléfonos móviles. Como se menciona en Cantamutto y Vela Delfa (2021), la perspectiva multimodal de la comunicación digital implica que para que un mensaje tenga significado no puede apoyarse solo en recursos verbales, sino también en aquellos paraverbales, como el paratexto, pero también tipográficos multimodales como los emojis. La función de estos últimos se remite, como ya hemos visto, a evitar malentendidos con respecto al tono de un mensaje, expresar emociones o “matizar, desambiguar o marcar la intención comunicativa del texto al que acompañan” (p. 22)

2.4.1.3. *Stickers*

Según Sampietro (2023), estos recursos fueron introducidos en la plataforma Line en 2011; sin embargo, actualmente pueden encontrarse en otras plataformas como *Telegram*, *Facebook* y *WhatsApp* (Cantamutto y Vela Delfa, 2021, p. 22). A diferencia de los emojis, los stickers no son tan universales y predeterminados. Comenzaron ofreciéndose como paquetes de “imágenes” y estos variaban, y hasta el día de hoy lo hacen, de una plataforma a otra. Asimismo, y como menciona Sampietro (2023), los stickers no se pueden enviar al mismo nivel de texto que un mensaje, no funcionan como un emoji, sino que conforman un mensaje aislado. Al 30 de mayo de 2024, solo es posible enviar al mismo nivel dos stickers, mas no texto u otras marcas tipográficas. La diversificación y falta de universalidad de los stickers hacen que actualmente cada usuario tenga la posibilidad de crear su propio paquete de stickers a partir de imágenes o fotos tomadas con su propio dispositivo móvil en aplicaciones descargables como *Sticker Maker* o, al primero de julio de 2024, con ayuda de inteligencia artificial en la misma aplicación de *WhatsApp*.

2.4.2. Estrategias lingüísticas

2.4.2.1. Acrónimos, abreviaturas y truncamientos

A diferencia del uso de emoticonos que son imágenes gráficas propias del internet, las abreviaturas ya existían en la escritura tradicional física. Este fenómeno fue estudiado por académicos de la Universidad de Guadalajara quienes haciendo referencia a Graham-Augustsson mencionan que son “elecciones fonéticas que sirven para acortar la expresión gráfica de las ideas que se quieren emitir” (Ambriz Trujillo *et al.*, 2020, p. 4). Igualmente señalan que, si bien no es una regla, se ha acordado implícitamente, como convención social, que las abreviaturas se realizan utilizando las primeras letras de una palabra, como *pág.* o *n.* Dentro del concepto de abreviatura, para estos autores también se incluyen acrónimos y siglas. Es decir, como menciona la Fundación de Español Urgente [Fundéu] (s.f.), los acrónimos serían conjuntos de letras que se pueden leer como una palabra gracias a que esta combinación está aceptada fonéticamente por las reglas del español como por ejemplo ONU y las siglas, por otro lado, serían conjuntos de letras iniciales que no se pueden leer como una palabra en sí, por ejemplo, entre las que se encuentran dentro del estudio antes mencionado *NTP*, que correspondería a *no te preocupes*.

Según los autores, una de las razones para el uso de estas abreviaturas en la red es para reforzar entre los jóvenes su identidad como grupo. Un fenómeno que ya se ha visto antes en la comunicación oral presencial con las jergas y que se relaciona con el uso de recursos léxicos y sintácticos que generan cierta exclusividad del mensaje. No obstante, los autores destacan que existe una desventaja en cuanto a su uso y esta es que, a pesar de reforzar la identidad de un grupo, excluye a otro grupo de personas y como hemos visto que el lenguaje y el internet avanzan de manera tan rápida entonces “personas mayores de 40 años [...] no entenderían los mensajes porque es posible que desconozcan su significado” (Ambriz Trujillo *et al.*, 2020, p. 10).

Otra de las razones para el uso de abreviaturas, acrónimos y siglas sería que, considerando las características del DD estas estrategias permiten ahorrar tiempo y acortar los mensajes, permitiendo así economizar en el uso de la lengua y aumentar la rapidez de la interacción.

2.4.2.2. *Grafía fonética*

Yus Ramos autor de *Ciberpragmática 2.0* (2010), menciona que dentro de las estrategias utilizadas para la expresión de sentimiento y también para suplir la falta de prosodia y de lenguaje paraverbal se encuentran estrategias de oralización del texto. Entre ellas encontramos:

2.4.2.3. *Ortografía fonética*

Escritura similar a la manera en la que se dicen palabras que usualmente vienen de otras lenguas. Ejemplos claros de este fenómeno serían *imeil* o *wasap*.

2.4.2.4. *Ortografía coloquial*

Reducción de palabras usualmente sustituyendo una vocal por un apóstrofe para generar una sola palabra. Similar a las reglas del francés que une artículos con sustantivos. Un ejemplo de esto sería *m'encanta*.

2.4.2.5. *Ortografía regiolectal*

Representación textual de alguna variante dialectal. Su uso más común es la elipsis fonética, por ejemplo, *salao* en lugar de *salado*.

2.4.2.6. *Ortografía prosódica*

Modificaciones gráficas para reafirmar la importancia que el emisor da al enunciado y dar énfasis a la emoción asociada al mismo. Puede darse con la repetición de letras (usualmente vocales), signos de puntuación o usando mayúsculas. Por ejemplo: *HOLAAA!!*

2.4.2.7. *Ortografía interlingüística*

Modificación de palabras extranjeras para adaptarse a las reglas idiosincráticas del español. Por ejemplo, *estándar* de *standar* (actualmente aceptado por la RAE). A diferencia de la ortografía fonética, no emula la pronunciación de la palabra en el idioma extranjero.

2.4.2.8. Ortografía homofónica

Sustitución de una palabra o parte de una palabra por símbolos o fonemas similares al sonido de una sílaba o conjunto de letras. Ejemplos de cada una pueden ser *salu2* por *saludos* o *ke* por *qué*.

2.4.2.9. Anglicismos

Similar al caso de las abreviaciones, el uso de anglicismos no es propio de la comunicación digital, pero se ha desarrollado mayormente imbricado en el español en lenguas de especialidad. Sin embargo, al ser el inglés considerado un idioma de prestigio y además precursor de neologismos en el área de la tecnología, no es extraño encontrarnos con anglicismos en el lenguaje oral. Lo innovador en la comunicación en el internet y en las redes sociales es la frecuencia de uso y su masificación. Así como mencionan Slunka y Hernández (2022), la razón del uso de anglicismos se puede dar por el contacto directo o indirecto de dos o más lenguas, pero también porque el grupo de mayor prestigio en la red son los jóvenes, quienes han crecido en un contexto en el que los anglicismos ya estaban utilizándose para denominar objetos con los que ellos habían nacido. El trabajo de estas autoras demuestra que cada vez se utilizan más los anglicismos a pesar de que estos no necesariamente son aprendidos por los hablantes de español a través de las redes, lo que evidencia el impacto de la globalización en la sociedad y cómo este tipo de préstamos y calcos se utilizan mayormente en la red.

2.5. Géneros discursivos en la comunicación digital

Así como se ha estudiado el ciberhabla desde una perspectiva morfosintáctica y pragmática, también se han desarrollado estudios sobre cómo la comunicación en la red ha dado paso a nuevos géneros discursivos con características propias.

Para comenzar debemos comprender que un género discursivo se entiende como una “acción lingüística tipificada y nombrada como tal, que surge como respuesta a una situación o necesidad comunicativa recurrente” (Vela Delfa, 2021, p. 64) es decir, se crea un género discursivo a partir de la necesidad y la intención comunicativa de un hablante o de una comunidad de habla.

2.5.1. Wikis

Las wikis son un género discursivo nacido durante la etapa de la Web 1.0 y su función principal es la de llevar la información que normalmente encontraríamos en soporte físico a la red para así poder ampliar el público que tiene acceso al conocimiento. A nivel discursivo son similares a una enciclopedia física, suelen entregar información de manera clara, precisa y con un lenguaje formal. Como ventajas propias de la red, podemos encontrar dos aspectos importantes que las diferencian de una enciclopedia física. Estos son los principios de participación y convergencia (Jenkins, 2008 en Mancera Rueda y Pano Alamán, 2013). Es decir, por un lado, muchos usuarios pueden crear y editar el contenido en estas plataformas (homónimas) y, por otro lado, el contenido ahí presentado puede estar vinculado a otras páginas webs a las que se puede acceder a través de hipervínculos (también presentados como *referencias*), enriqueciendo así la información presentada. Sumado a lo anterior, los usuarios editores tienen la posibilidad de dejar comentarios “tras bastidores” (no expuestos a la comunidad lectora) para hacer acotaciones sobre sus ediciones y dejar una huella de los cambios realizados, esto se llama *Talk Pages* (Mancera Rueda y Pano Alamán, 2013).

2.5.2. Blogs

El interés de los usuarios en usar los blogs es bastante similar al anterior, el de las wikis. Por esta razón, podemos encontrar también blogs periodísticos, cuya función principal es acercar la información de una situación particular al usuario, pero con un lenguaje un tanto más subjetivo que el de las enciclopedias y mayormente enfocado en casos que ocurren en el momento. No obstante, una diferencia con las wikis es la presencia de blogs personales, cuyo contenido se centra en el emisor y puede basarse en sus intereses o en su experiencia personal con un formato similar a los ensayos (Herring *et al.*, 2005 en Gómez Sánchez, 2019). Igualmente, el estilo de los blogs personales varía según si se centra en el autor o en un tema particular. Como menciona Gómez Sánchez (2019), varios blogs han sido premiados en categorías como blogs de salud e innovación científica, de tecnología, de educación y ciencia, de gastronomía, de economía, de arte y cultura, de seguridad informática, de humor y entretenimiento, de belleza y moda, de innovación y sostenibilidad, de marketing y *social media*, de viajes, de opinión, de acción social y de crianza.

La variación en el estilo comunicativo de cada uno depende de factores como el formato, el tema, la amplitud de la audiencia, las motivaciones detrás de lo escrito (personales o profesionales), entre otras (Puschmann, 2013 en Gómez Sánchez, 2019). Sin embargo, como característica propia de la red, tiende a mantener cierta cercanía con el lenguaje oral a través de aspectos como el uso de segunda persona del singular para dirigirse al lector de manera directa o el uso de primera persona del plural para incluir al lector en las situaciones expuestas. Gómez Sánchez (2019) indica también algunos aspectos lingüísticos recurrentes en entradas de blogs, por ejemplo, términos coloquiales, uso de vocativos, adaptaciones escritas, onomatopeyas y énfasis en el uso de signos de exclamación para elementos de apertura y cierre de producciones escritas. Según la autora, a pesar de que no siempre están presentes estos elementos, sí se encuentran en los blogs que buscan crear una comunidad virtual, es decir, sirven para crear cercanía con el lector. De todas maneras, es importante recalcar que si un blog es más técnico o ensayístico, se busca mantener distancia con el lector para mantener un discurso cercano a lo académico. En estos últimos blogs, abundan otras características como referencias directas al autor de estudios, argumentos de autoridad, no existen elementos conversacionales y se evita la oralidad. Si bien se puede dar el caso de dirigirse al lector con la segunda persona del singular, se intenta mantener un registro formal, de manera que la interacción con el lector tenga un tono serio y se adecúe a la disciplina expuesta.

A nivel general, debemos recordar que los blogs corresponden ya a la Web 2.0, es decir, “aplicaciones o páginas de Internet que proporcionan servicios interactivos en la Red” (Mancera Rueda y Pano Alamán, 2013, p. 23). Por ello, se puede comentar y así generar opinión e interacción a partir de cualquier información vertida en ellos.

2.5.3. *Foros de debate*

Para la especificación de este género discursivo se recurre a la monografía *Nuevos géneros discursivos: los textos electrónicos* (2003) cuyo capítulo tres se enfoca justamente en describir los aspectos que diferencian un foro de debate de un debate oral presencial. *Intercambios en los foros de debate: algunos elementos de reflexión para un acercamiento lingüístico* de Gérard Gouti plantea que no se puede definir un género discursivo como digital si es igual a su versión presencial. Por esto, su estudio es mayormente contrastivo entre ambas formas de realización o estilos comunicativos. En primer lugar, el investigador establece que el foro de debate evidencia una

comunicación ya conocida, pero que se desarrolla en un medio distinto, “es una situación de comunicación espontánea, oral con un canal generalmente característico de una comunicación diferente, la escrita” (Gouti, 2003, p. 66). Es decir, características de una comunicación conversacional se presentan en un medio no oral. En consecuencia, el autor establece ciertas diferencias entre un intercambio presencial y un intercambio digital en categorías, algunas explícitas y otras implícitas.

La primera consta del aspecto temporal. El autor establece que las personas no se encuentran presentes físicamente pero no por ello no hay tiempos de enunciación. En este caso, menciona que esto se puede medir entre el tiempo en el que se envía un mensaje y el tiempo en el que se recibe. Lo que ocurre también con otros géneros discursivos del internet. Según Gouti (2003), la rapidez con la que se desarrolla el intercambio en la red es similar a la que se da en intercambios orales presenciales y que los interlocutores se ponen de acuerdo implícitamente para seguir cierto ritmo, lo que se evidencia con el uso de interjecciones y comentarios.

En cuanto a la esfera espacial, establece el autor que, aun si el intercambio se genera en un espacio en que dos personas están “presentes”, como no es físico, los plazos de respuesta se gestionan a partir de quien escribe los mensajes. Por ello, y esto se recalca posteriormente, los actores del intercambio tienen la posibilidad de gestionar el cómo se lleva el intercambio con mayor libertad. No obstante, independientemente de que una interacción se esté dando entre dos personas, existe la posibilidad de que una especie de público, de participantes pasivos que también tienen acceso a la información compartida y no solo a la actual, sino al historial de producciones escritas, por ello, los participantes activos deben considerar igualmente que su destinatario directo puede no ser el único.

En cuanto a la modalización de la comunicación en los foros de debate, se establece una similitud a la conversación oral, pero mayormente por la actitud que toman los participantes en la interacción. Esta suele darse de manera horizontal, por ello, todos los participantes tienen las mismas facultades para sus producciones.

Los objetivos de los foros de debate, establecidos en Gouti (2003), se dividen en la búsqueda de consenso y en la confrontación. Según el autor, la mayoría de las intervenciones de los foros de debate se enfocan en la segunda, generada por el conflicto que emana de las diversas producciones. Esto afecta la imagen de los emisores y por ello, la manera de comunicarse en un foro no será la misma que la que se establece en una plataforma privada.

2.5.4. Correo electrónico

Basándonos en información de Vela Delfa (2021), el primer género discursivo que se dio en la red fue el del correo electrónico. El primer correo electrónico fue enviado en 1971 por Ray Tomlinson siendo él el emisor y receptor del mensaje, un mensaje de prueba. El año siguiente se presentó públicamente en la *International Computer Communication Conference* y así captó la atención de comunicadores y universitarios dando paso al primer uso del correo electrónico por una comunidad de habla específica. Por esta razón, en un inicio, el correo electrónico seguía un formato similar al de un informe, dada la frecuencia de este género discursivo en la comunidad académica. Aspectos como la definición del usuario como emisor, el receptor, el asunto, las copias, daban cuenta de la especificidad de los detalles paratextuales en el género discursivo, requisitos de la comunidad de habla que necesitaba los correos para comunicarse.

Posteriormente, en una segunda etapa marcada por la exposición del correo electrónico a la comunidad en general, este comenzó a parecerse más a la carta postal, género discursivo con el que se compara constantemente. Algunos aspectos similares entre ambos géneros son la expresión de experiencias personales y de sentimientos, la presentación de emisores y receptores y fórmulas de apertura y de cierre. No obstante, varios autores han demostrado que no se pueden considerar el mismo género discursivo, porque el internet ha generado diferencias en la manera de entregar el mensaje. Entre ellas, la inmaterialidad. Melançon (1996) en Vela Delfa (2021) señala que la carta es un medio físico y que no solo implica el uso de materiales, sino también la práctica de la caligrafía, es decir, se pierde el manuscrito. Otra diferencia implica las expectativas y la recepción de estos dos textos. A nivel de contenido, en las cartas se reflejaba mayor “emotividad” y mayor detalle. Era propio de las cartas detallar el contexto físico en el que se encontraba el emisor de la carta, por ejemplo. El tono de una carta solía ser más narrativo y literario, características que hoy en día se han perdido en el correo electrónico por la priorización de la eficacia y la inmediatez (Melançon, 1996 en Vela Delfa, 2021). En relación con lo último, la carta implicaba el movimiento del emisor hacia otro espacio en donde un intermediario físicamente debía también moverse para entregarla, luego más tiempo transcurría hasta la recepción de esta. Este proceso se ha perdido con la masificación del correo electrónico. Los usuarios tienen la mayoría del control que implica el envío de un correo electrónico gracias a la interfaz que permite que este llegue a un clic de distancia. En cuarto lugar, en el estudio de Cantamutto y Vela Delfa (2020) sobre los correos electrónicos

como género discursivo se evidencia el contenido y el propósito comunicativo de los correos electrónicos entre jóvenes. Entre las respuestas entregadas a las encuestas se evidencia que las nuevas generaciones utilizan los correos electrónicos mayormente en contextos laborales y académicos, por tanto, el uso de este género discursivo se ha visto relegado a un ámbito particular. Por tanto, el correo electrónico no puede equipararse a lo que era el correo postal.

En consecuencia, se plantea como una tercera etapa la equivalencia o la similitud entre el correo electrónico y la mensajería instantánea (MI). Esto se debe a que, con la masificación del correo electrónico y la diversificación de sus contextos y propósitos comunicativos, sus características han cambiado. Actualmente se adscriben al estilo digital que está muy influenciado por la informalidad en el lenguaje. En consecuencia, podemos notar menos corrección de errores, supresión de formalidades, adhesión de marcas tipográficas como emojis y menor planificación discursiva, generando así un vínculo más estrecho con el lenguaje oral.

2.5.5. *Texto breve*

En su artículo *Mensajes, publicaciones, comentarios y otros textos breves de la comunicación digital*, Cantamutto y Vela Delfa (2020) concluyeron que, de acuerdo con las características actuales de algunos textos, estos podrían considerarse parte de un género discursivo llamado *texto breve*. Un género caracterizado por ser económico lingüísticamente, expresivo y claro de manera simultánea. A pesar de la simultaneidad, los mensajes suelen tender más a una de las características que a otra según los siguientes aspectos:

1. Publicidad vs. privacidad del intercambio
2. Situación comunicativa
3. Límites en la extensión
4. Las herramientas de escritura
5. El dispositivo (Cantamutto y Vela Delfa, 2020, p. 17)

Además de lo anterior, otros aspectos que caracterizan a este género discursivo son la brevedad, como lo menciona su nombre, y la rapidez, propia del medio digital, como ya hemos visto anteriormente con el correo electrónico. A partir de todo lo anterior y de los resultados del estudio, Cantamutto y Vela Delfa (2020) establecen que existen tres subgéneros o subtipos de textos breves en la red con sus respectivas características:

2.5.5.1. Publicaciones

Las publicaciones son textos iniciativos, es decir, no dependen de un texto o interacción previa. A su vez las publicaciones se dividen en iniciativas explícitas que son de producción original y total del usuario, por ejemplo, una opinión; y las iniciativas cita, que hacen referencia a través de texto o de características multimodales a un texto producido por un tercero, como un enlace a un periódico en línea y que es, igualmente, comentado por el usuario que publica. Sumada a las características previas, las publicaciones suelen darse en redes sociales (Tascón, 2012 en Cantamutto y Vela Delfa 2020), por tanto, son de naturaleza pública. Finalmente, las publicaciones iniciativas suelen tener cierres para así motivar una reacción.

2.5.5.2. Comentarios

Si bien, en el trabajo de Cantamutto y Vela Delfa (2020) se incluye en la misma categoría que las publicaciones (por su dependencia a estas), he decidido separarlo porque sus características difieren levemente de las de la subcategoría anterior. En primer lugar, las diferencias que se presentan entre ambas subcategorías son que los comentarios tienen doble naturaleza, reactiva y activa. Esto porque no se puede crear un comentario sin una publicación previa pero, a la vez, pueden responder a otros comentarios y generar discusión. Igualmente, a diferencia de las publicaciones que están a simple vista de los usuarios, cuando hay una gran cantidad de comentarios, suelen retraerse. En *X*, por ejemplo, para acceder a los comentarios (los *hilos*) se debe presionar sobre el ícono de un globo de texto o bocadillo, en *Facebook* se da de manera similar, pero con doble nivel (comentarios y respuestas a comentarios). Para poder ver los comentarios contraídos de esta última red, debemos clicar sobre el número de los comentarios y luego, para ver las respuestas a estos, clicar sobre *ver las x respuestas*, donde *x* hace referencia al número de respuestas. Entre otras apreciaciones preliminares sobre los comentarios, Cantamutto y Vela Delfa (2020) indican que suelen ser más breves que las publicaciones y más monomodales verbales. Esto no quiere decir que los comentarios siempre cumplan con estas dos características, pero sí son predominantes en el panorama general. En común con las publicaciones, son textos públicos y comparten la posibilidad de ser parcial o totalmente multimodales.

2.5.5.3. Mensajes

La principal característica de los mensajes es que, a diferencia de las dos subcategorías anteriores, son privados. Suelen darse en plataformas de MI que por su configuración mantienen la privacidad de los usuarios, pero también podrían considerarse *mensajes* a los correos electrónicos, según su extensión, y los mensajes directos en redes sociales. Como mencionan las autoras, se desarrollan tres fases cuando se escriben mensajes, estas son “preparación conversacional, tema o propósito de la comunicación y, en la mayoría de los casos, fase de cierre” (Cantamutto y Vela Delfa, 2020, p. 19). Estas fases son esenciales para comprender el funcionamiento de los mensajes porque justifican su forma interpersonal y dialógica, ya que se mantienen líneas temáticas a lo largo de la conversación y las intervenciones motivan posibles reacciones. Además, la intención comunicativa de los mensajes difiere de las publicaciones o comentarios, porque no buscan simplemente compartir una opinión o hacerla pública, sino que buscan generar una interacción íntima y mantener el contacto con otra persona. Cabe mencionar que, como concluye la autora, los mensajes, las publicaciones y los comentarios pueden cambiar de perfil público a privado o viceversa si estos son compartidos en plataformas diferentes. Por esto, por mucho que la faceta privada sea la prototípica de la MI, nos podemos encontrar con capturas de pantalla en redes sociales de carácter público y entonces, pierde también parte de sus características.

De esta manera comprendemos que varios de los géneros discursivos antes propuestos pueden fusionarse de acuerdo con las características que conforman el texto.

2.5.6. Videoconferencia

Este es el primer género discursivo que presenta mayor similitud con la interacción oral presencial. Esto se debe a que comparte con esta varias características. En primer lugar, la posibilidad de escuchar y ver de manera sincrónica a los interlocutores de un intercambio. Además, gracias a este mismo aspecto, la comunicación no verbal no se ve mermada gracias a la imagen. Esta comunicación puede ser parcial o total, cuando la cámara está activa, porque dependiendo del dispositivo que se utilice, se podrán incluir solo expresiones faciales o estas y gesticulación corporal. Sin embargo, algunas diferencias radican en que las personas involucradas pueden no encontrarse en el mismo contexto físico y la “presencia” de las personas puede verse interferida

por problemas de señal, como menciona Yus (2010). El mismo autor menciona que el no compartir un mismo entorno físico incluso puede afectar la manera en la que comprendemos el mensaje, esto se debe a no tener una visión completa del entorno de la otra persona. Una mirada, un gesto, una distracción hacia otra persona, un suceso, un objeto fuera del alcance de nuestra vista puede generar interferencias en la comunicación que mantenemos. Esta diferencia en particular puede considerarse una desventaja, también sumada a la posibilidad de que una persona bloquee el acceso a su micrófono y su imagen y caer en el anonimato. Como ventaja, pero aun siendo diferente a la conversación presencial, encontramos la multimodalidad disponible en varias plataformas de videoconferencia. Por ejemplo, la posibilidad de abrir un chat paralelo a la videoconferencia y poder escribir y enviar archivos o imágenes (Montero Curiel, 2019) modifica la conversación al hacer referencia a estos mientras se habla. Podemos comentar de manera sincrónica los documentos enviados y, a través de hipervínculos, acceder a más información de la que tenemos presente de manera visual en el video. Acceder entonces a la fuente de la información mencionada en paralelo con la conversación en muchas ventanas diferentes.

3. Estilo comunicativo digital

Conforme se conoce más sobre los diversos géneros discursivos desarrollados en la red y sobre las estrategias usadas por la sociedad en los medios digitales para suplir o emular el lenguaje paraverbal, los académicos se han cuestionado si sería posible descubrir parámetros que establezcan la comunicación en la red como un estilo comunicativo específico, con características propias y transversales.

Debemos considerar que la comunicación en la red está en constante cambio, porque día a día se van creando nuevas plataformas, la dinámica entre interlocutores se va modificando en función de las características de las redes y de las necesidades comunicativas de los usuarios; además, se generan nuevas necesidades dentro de las mismas tecnologías, por tanto, toda posible propuesta de estilo comunicativo digital será preliminar o, más bien, potencialmente modificable de acuerdo con la evolución tecnológica y la adaptación de y a los usuarios.

Para comenzar debemos considerar la definición de estilo comunicativo de Méndez y Vela Delfa (2023):

[...] se corresponden con modos de comunicación característicos de grupos sociales concretos (Gumperz, 1982) y que están condicionados por los roles de los hablantes, sus estatus y las actitudes de los sujetos, que se mueven de manera motivada por la flexibilidad estilística de la lengua. Así, un estilo comunicativo pone en relación ciertos rasgos de la situación de comunicación, entendida en un sentido amplio, con algunos rasgos lingüísticos (p. 31).

3.1. Dicotomías del estilo comunicativo digital

Ya en 2016, Cantamutto y Vela Delfa establecieron en su artículo *El discurso digital como objeto de estudio: de la descripción de interfaces a la definición de propiedades* publicado en la revista *Aposta* algunas dicotomías que se podían presentar en el DD para dar una primera visión de un estilo comunicativo uniformado. Estas dicotomías facilitarían la comparación y el análisis de los géneros discursivos disponibles en la red para contrastar la producción verbal y no verbal física con la digital, además de percibir la evolución del lenguaje dentro del internet mismo, el apoyo multimodal y dar paso a futuras investigaciones diacrónicas que confirmen o modifiquen los parámetros establecidos.

Las autoras engloban el análisis en tres grandes categorías según el modo de realización, enunciación y relaciones interpersonales, la naturaleza semiótica de los discursos y la situación de comunicación adscrita a cada intercambio (Cantamutto y Vela Delfa, 2016b).

3.1.1. Modo de realización

Esta categoría atiende a la manera en la que se expresa una publicación o mensaje. En el ámbito físico solo tenemos la opción de expresar nuestra intención comunicativa a través del lenguaje verbal o no verbal; sin embargo, la red ha permitido adherir otros recursos que influyen en la manera de comunicarnos y de entregar un mensaje.

Por esto, se establece en primer lugar la dicotomía de multimodalidad vs. monomodalidad. Como plantean las autoras, la mayoría de las plataformas tienen características multimodales, es decir, permiten la inserción de imágenes, videos, emojis, avatares, stickers, GIFs, hipervínculos, además de lo textual. No obstante, las plataformas tienen límites y, en consecuencia, no todas tienen el mismo grado de multimodalidad. Además, hay que considerar la elección de los usuarios, quienes pueden preferir usar un recurso por sobre otro, por ejemplo, mantener una conversación o parte de una conversación con stickers. Para esto se puede establecer una especie de rango en el que una interacción puede ser más o menos multimodal/monomodal según la cantidad y variedad de recursos que se utilicen.

Una segunda dicotomía es la que se forma entre lo visual y lo verbal, la cual permite el contraste semiótico de los mensajes. En el extremo verbal tendríamos la escritura o la producción oral y en el extremo contrario, imágenes estáticas o en movimiento como las mencionadas en el apartado anterior. Cabe destacar que en algunos casos ambas pueden darse simultáneamente por superposición del texto en una imagen o por complementariedad entre ambas. En otras palabras, lo escrito y lo visto pueden, en conjunto, entregar un único mensaje. Ejemplos de esto pueden ser los memes por “anclaje” (Barthes, 1970 en Cantamutto y Vela Delfa, 2016b) o también un mensaje en el que se agreguen emojis. Las autoras también mencionan que se pueden considerar las reacciones a textos digitales por ser comunicativos en sí mismos.

La tercera dicotomía establecida en este grupo es la de oralidad y escrituralidad, una de las que más se han estudiado en la comunicación digital. Se menciona que para poder establecer una u otra, las plataformas deben tener medios que permitan la producción de este tipo de mensajes, por ejemplo, la entrada de mensajes de audio, la posibilidad de compartir audio, enviar videos, etc.

para el caso de los mensajes orales y el caso de mensajes escritos, la posibilidad de acceder a un teclado y a una caja de texto para poder crear un texto. La mayoría de las redes permiten este tipo de interacciones, pero páginas como wikis, suelen ser un buen ejemplo de escrituralidad. No obstante, también mencionan las autoras que esta dicotomía hace referencia a las características de una u otra en la producción, por ejemplo, en las redes sociales suele darse una dinámica de características más conversacionales (es decir, tradicionalmente orales), pero el discurso puede ser escrito.

La cuarta dicotomía de este grupo divide lo breve de lo extenso y aquí las autoras establecen que hay cinco aspectos que pueden afectar la longitud de un mensaje:

1. Las restricciones técnicas del sistema de codificación
2. Las características del diseño de la plataforma
3. El tamaño de la pantalla
4. El tipo de texto, por ejemplo, marcas de retroalimentación (comentarios)
5. El propósito comunicativo (Cantamutto y Vela Delfa, 2016b, p. 307)

Basándose en esto, se establece que bien si la plataforma juega un rol importante en la extensión de un texto, las intenciones comunicativas de los interlocutores son las que tendrán la última palabra. Esto porque independientemente de que una plataforma permita la entrada de un texto largo, si el emisor cree poder dar un mensaje en menos caracteres, lo hará. Igualmente, las autoras mencionan características para diferenciar un texto breve de uno extenso. El primero tiende a ser coherente pero no incluye tantas marcas cohesivas como el segundo, porque no suele tener una planificación u organización textual compleja. El texto extenso suele dividirse en párrafos, tener una ortografía más cuidada y también incluir múltiples propósitos comunicativos. A diferencia de los textos anteriores en los que podíamos encontrar solapamientos o matices entre ambos extremos de las dicotomías, en este caso, no se pueden considerar ambas categorías como simultáneas.

La última dicotomía de este grupo comprende la de estático versus dinámico. Esta clasificación hace referencia a la capacidad que presenta una plataforma de editar el mensaje entregado. Como mencionan Cantamutto y Vela Delfa (2016b), la presencia “estática” de un mensaje implica que aspectos como su significado no se puede cambiar, lo que proviene y a la vez deriva en una interacción más espontánea y que suele tener características detectables como faltas

de ortografía. Las intervenciones dinámicas permiten modificar un texto ya enviado, ya sea por un periodo determinado de tiempo, como *WhatsApp* que permite modificar un mensaje enviado hasta quince minutos después de enviado (Blog de *WhatsApp*, 22 de mayo de 2023). Esta opción permite que se recontextualice el mensaje o directamente cambie parcial o completamente. Sin embargo, correos electrónicos no pueden ser modificados luego de su envío. Pueden ser eliminados, pero no modificados.

3.1.2. *La enunciación*

Esta sección incluye aspectos relacionados con los agentes que forman parte de la interacción o de la publicación de un texto, además del contexto en el que esta se desarrolla y los tiempos que toma la interacción. Algunos de estos aspectos se relacionan con el paratexto de las plataformas, ya que podemos evidenciar la presencia o ausencia de los interlocutores a través de textos que las diversas interfaces dejan a la disposición de sus usuarios, por ejemplo, en la mensajería instantánea, *WhatsApp* tiene la posibilidad de visibilizar la presencia de quien escribe en la aplicación a través del apartado *en línea* que acompaña al nombre de la persona, también podemos saber si una persona está activamente participando de la interacción si vemos el mensaje *escribiendo...* bajo su nombre. Igualmente somos testigos de la ausencia de la persona si esta tiene activada la opción de *última conexión* que avisa a sus contactos cuál fue la hora y el día más próximos al presente en el que la persona estuvo “presente” en *WhatsApp*.

Para especificar esta categoría se plantean seis dicotomías. La primera de estas es continua/discontinua, haciendo alusión a los intercambios que se dan cuando ambos o varios interlocutores están presentes y actúan de manera activa en una interacción versus los intercambios en los que los participantes aportan a la interacción de manera diferida, es decir, cuyos turnos son más espaciados temporalmente. Para esto, las interacciones continuas requieren usuarios que estén presentes y disponibles para la interacción. Igualmente, el tiempo entre los turnos o entre el envío de mensajes por un mismo usuario debe generar una especie de cadena sin que se perciba una ruptura en el hilo interactivo. Esto no influye al tema de conversación, sino más bien a los turnos de habla. Por el contrario, si se puede notar una ruptura en la conversación y esta se reitera luego de cada intervención, entonces se considera discontinua. Igualmente, las autoras mencionan que las capacidades de cada plataforma juegan un rol importante en cómo se llevan las interacciones. Esto, por las marcas de retroalimentación, como las mencionadas en el párrafo anterior o que estén

configuradas con el fin de ser continuas, como el correo electrónico, que, si bien no implica una interacción constante en un contexto común inmediato, sí requiere una respuesta de quien lo recibe.

La siguiente dicotomía presentada es la de efímero versus permanente. Esta diferencia radica en la disponibilidad de los textos para los interlocutores, es decir, que quienes participan de la interacción tengan acceso a la información entregada y recibida. Dentro del grupo de lo efímero, podemos encontrar interacciones de *Snapchat* que, en su forma predeterminada, solo mantiene activas las conversaciones por 24 horas. Algo similar ocurre con las historias de Instagram que están disponibles por la misma cantidad de tiempo, independientemente de si son para todos los seguidores o para quienes se encuentren en la lista de *mejores amigos* de un usuario. Actualmente aplicaciones como *WhatsApp* y *Facebook Messenger* tienen una opción disponible para que los mensajes duren una cierta cantidad de horas o días llamada *mensajes temporales* (de 24 horas, 7 días o 90 días) o *modo efímero* en el que los mensajes dejan de verse una vez han sido leídos y se cierra la ventana de chat. Este último es replicable en Instagram. Asimismo, los mensajes que son relativamente permanentes, como los de la mensajería instantánea indefinida, pueden buscarse a través de una caja de texto acompañada de un símbolo de una lupa siempre y cuando se recuerde específicamente alguna palabra de las enviadas. Su contraparte puede ser ilustrada por el correo electrónico, ya que todos y cada uno de ellos se mantienen guardados en por la interfaz, incluso, para optimizar la búsqueda de alguno en específico se puede recurrir a una caja de texto donde se puede ubicar según el *asunto* o el *correo electrónico* de quien lo envió, además de disponer de una serie de categorías y/o carpetas para almacenar los *correos* como el usuario estime conveniente. Algunas plataformas como la de Gmail incluso permiten dar prioridad a los correos para que la visualización de estos cambie (uso de *importantes*).

Relacionada con la primera dicotomía, se encuentra la tercera que es la multisimultaneidad estructural y la multisimultaneidad temporal. Esto se relaciona con nuestra actividad en la red, “podemos identificar *multisimultaneidad temporal* cuando estamos involucrados en varias acciones comunicativas al mismo tiempo, de manera que nuestra atención se fragmenta, y *multimultaneidad estructural* cuando desgranamos un intercambio en diferentes aplicaciones y, por ende, en distintas secuencias discursivas” (Vela Delfa y Cantamutto, 2016b, p. 311). Para ejemplificar estos fenómenos, podríamos mencionar la posibilidad de mantener diversas conversaciones en *WhatsApp* de manera simultánea con distintas personas y con diversos temas. Esto sería imposible de realizar en la vida real, por la incapacidad de tomar atención a distintas

personas hablando de temas diferentes al mismo tiempo y además, por la dificultad de recordar la información. Esto respondería a la simultaneidad temporal. La estructural permitiría que podamos mantener un intercambio con material de diversas aplicaciones o de la misma pero cuya naturaleza enunciativa lo permite. En este caso, una práctica común sería poder generar una interacción luego de compartir una captura de pantalla de una conversación de *WhatsApp* a través de una historia de *Instagram* o de un mensaje privado multipersonal.

La cuarta dicotomía presentada por las autoras es la de transitividad y la intransitividad. Esta tiene relación con los roles que juegan los participantes de interacciones o publicaciones en el internet. Se puede llamar transitiva a una interacción en la que un participante puede tener función de enunciador y de receptor, además este cambio de rol puede darse constantemente. Sin embargo, un intercambio intransitivo se da cuando el enunciador siempre mantiene su rol y el receptor también. Los roles o papeles se mantienen estáticos y, en consecuencia, no existe un dinamismo dialógico. Como señalan las autoras, si estas características se potencian con la dicotomía inicial de continuo/discontinuo entonces se puede medir el dinamismo dialógico de un intercambio entre personas. Un ejemplo de una “interacción” intransitiva serían las *Wikis*, porque no permiten comentar o reaccionar a la información ahí vertida (al menos no públicamente).

La quinta dicotomía asociada a la enunciación de los intercambios corresponde a la diferencia entre los intercambios unidireccionales y bidireccionales. Esta dicotomía se relaciona con la posibilidad de mantener una interacción con enunciados sucesivos o simultáneos. Si un intercambio permite cierto solapamiento de enunciados, entonces es bidireccional. Esto no quiere decir que realmente se solapen los mensajes, pero la opción existe. Las autoras presentan el ejemplo de videollamadas, donde los interlocutores tienen la posibilidad de comunicarse de manera simultánea, pero, por acuerdos sociales de cortesía, deciden conversar respetando los turnos de habla. Con respecto a esto, también Cantamutto y Vela Delfa (2016b) mencionan que los mensajes en aplicaciones de mensajería instantánea serían cuasi-simultáneos porque los hablantes se encuentran disponibles, aspecto que ya se había mencionado. Nuevamente, ejemplos de unidireccionalidad serían videos que no admitan comentarios o *Wikis*.

La sexta y última dicotomía presentada es la de bipersonal versus multipersonal. En este caso, se evalúa la enunciación desde el rol del primer intercambio. Las interacciones bipersonales establecen un intercambio entre dos personas, mientras que las multipersonales se establecen con varios destinatarios (que pueden también ser enunciadores según las dicotomías antes vistas). Una

acotación de las autoras establece que, en caso de compartir información de otra aplicación, por ejemplo, compartiendo una captura de pantalla de otra conversación, se puede cambiar la contextualización del intercambio. Igualmente, un intercambio inicialmente bipersonal puede transcategorizarse al utilizar hipervínculos apelativos que permitan a otras personas acceder a la información. Un ejemplo recién de comunicación multipersonal puede ser agregar a una persona como destinataria de un correo electrónico.

3.1.3. Relaciones interpersonales

En este último grupo de dicotomías se estudia a los interlocutores y la manera en la que el intercambio o la publicación de contenido determina la relación entre ellos, ya sean dos o más participantes.

En primer lugar, se establece una distinción entre grupal y no grupal. Para diferenciar esta sección con la última dicotomía sobre la enunciación, las autoras mencionan que se habla de grupo para hablar de un conjunto de personas que comparten un concepto de “comunidad”, es decir, tienen características que unifican al grupo, por ejemplo, mantener un mismo interés, ser parte de un mismo trabajo y, por tanto, les permiten recibir información sobre esto. El rasgo multipersonal, a diferencia de esto, solo implica recibir información que tiene otra persona, pero no necesariamente implica compartir un rasgo de comunidad, puede implicar una interacción efímera o de una vez. Un ejemplo puede ser recibir una invitación a una boda a través de un correo electrónico, esto sería multipersonal, pero no grupal porque no implica una noción de comunidad. En consecuencia, una comunicación no grupal, puede igualmente ser multipersonal si quienes reciben la información no comparten un interés común. Interacciones grupales podrían incluir canales de difusión de Instagram o grupos en mensajería instantánea.

En segundo lugar, se presenta la dicotomía de público y privado. Según Vela Delfa (2006) en Cantamutto y Vela Delfa (2016b), una interacción puede ser una u otra dependiendo del acceso que tengan los usuarios a la información. Si la información es de libre acceso, es pública y si no, si requiere autorización, entonces es privada. Asimismo, el hecho de tener que crearse una cuenta para acceder a información, por ejemplo, en páginas de publicación de artículos, hace que una plataforma o interfaz presente contenido privado. Las autoras mencionan algunas características que diferencian este tipo de plataformas o redes. Las privadas, por un lado, permiten que los usuarios controlen de mejor manera la interacción porque, en teoría, lo involucrado solo atañe a

quienes participan del intercambio. Sin embargo, algunos académicos cuestionan este concepto de privado porque si se puede compartir información de interacciones privadas ¿es realmente privado? Si, por ejemplo, una conversación de *WhatsApp* permite la captura de pantalla ¿es privada la conversación? Por esto, las autoras mencionan que esta dicotomía suele estar determinada por las características de las plataformas, mas no por las posibilidades que el dispositivo permite.

En tercer lugar, se establece la dicotomía de intimidad versus extimidad. Entiéndase extimidad en este contexto como “la compleja forma en que la intimidad se exterioriza, por propia voluntad del usuario” (Sibila, 2008 en Cantamutto y Vela Delfa, 2016b) en el internet. Las autoras hacen hincapié en que público no es lo mismo que éxtimo, porque no necesariamente lo que se hace público está relacionado con la intimidad de una persona. Además, establecen que no solo se relaciona con temas, como el ejemplo antes mencionado, sino también las diferencias entre connotativo/denotativo e implícito/explicito.

En cuarto lugar, la dicotomía siguiente es la de las redes centrípetas y las redes centrífugas. Las redes centrípetas, por una parte, son las que permiten compartir o reaccionar a una publicación inicial sin que estas acciones sean las configuradas por la plataforma. En otras palabras, si bien puede ser dinámico el uso de una publicación, se enfoca en mantenerse dentro de una red cerrada. A diferencia de esto, las redes centrífugas tienen dentro de su propia configuración la posibilidad de expandir el público de una publicación y, como dicen las autoras, hacer “viajar a las intervenciones hacia intercambios que los alejan [a los mensajes], cada vez más, de su contexto de producción inicial” (Cantamutto y Vela Delfa, 2016b, p. 315). A pesar de lo anterior, las autoras enfatizan que más allá de las posibilidades de las plataformas, quienes configuran el intercambio son los usuarios, porque, como hemos visto anteriormente, son ellos quienes tienen el control del contenido en el internet y aunque una publicación no esté originalmente en una red que públicamente establezca que se puede compartir la información, los interlocutores siguen teniendo la libertad y la posibilidad de hacerlo.

3.2. Formalidad e informalidad en el estilo comunicativo digital

Como se ha visto en apartados anteriores, en un inicio se creía que la formalidad y la informalidad en la red imitaba a la dinámica del estilo presencial, es decir, según el contexto comunicativo, se optaba por una o la otra. Cuando el contexto comunicativo se convierte en una pantalla de ordenador y según la interfaz se muestran diversas características, tendemos a pensar

que debemos seguir ciertos parámetros. Sin embargo, a pesar de las características de la red, la posibilidad de comunicarse con un registro u otro radica en la intención comunicativa del hablante. Esto se puede demostrar con el cambio antes mencionado en la función del correo electrónico y cómo se masificó en la población general.

Un fenómeno similar ocurre con las redes sociales, que usualmente tendemos a asociar con la informalidad por el uso que su público eje o predominante, los jóvenes, hacen de ellas. Sin embargo, diversos académicos han estudiado el uso que hacen personas influyentes de las redes sociales y la manera en la que estas se comunican con sus lectores. Sus conclusiones permiten demostrar que nuestra idea de ellas es solo un prejuicio y no la realidad.

Para evidenciar lo anterior, podemos considerar el trabajo de Carmen Pérez-Sabater *La informalización del discurso digital público: Reflexiones sobre el inglés y el español* y en particular el capítulo cinco *La informalización del discurso público en X1 (antiguo Twitter): El discurso de los políticos y las celebridades* escrito en 2022 y publicado en 2024, por tanto, muy reciente. Este estudio es de interés para este trabajo ya que muestra ejemplos claros de cómo el rol del interlocutor en la sociedad y su intención comunicativa reflejan cambios en el uso del lenguaje en la red, entre otros factores en los que ahondaremos poco a poco.

Según la autora, haciendo alusión a Ott (2017), explica que la aplicación *X* permite un buen análisis del lenguaje porque se caracteriza por promover un “discurso público sencillo, impetuoso y, con cierta frecuencia, denigrante y deshumanizado (Ott, 2017). Sus rasgos definitorios son su simplicidad, impulsividad y descortesía”. Todo lo anterior nos expone la idea de que en esta red las opiniones vertidas y la información publicada tiene un cierto tinte de espontaneidad por la poca planificación para mantener la armonía en la red. Sin embargo, igualmente nos plantea que es una red social en la que abundan los políticos y famosos, personas cuya imagen es esencial para el desarrollo de su profesión. Entonces ¿cómo se proyectan estos personajes en la red y cómo se utiliza el mensaje para poder equilibrar su estatus y la espontaneidad del lenguaje en ella?

La autora establece que los usuarios de *X* siguen ciertos patrones con sus publicaciones en la red. Entre estos encontramos:

1. Revelar información personal
2. Valorar a los seguidores
3. Interacción con los seguidores
4. Hacer referencias culturales concretas y usar lenguaje exclusivo de grupo

Algunos de estos aspectos ya han sido mencionados antes, por ejemplo, la extimidad en el número uno y la jerga de grupo para crear una idea de comunidad en la número cuatro. Según la autora todo lo anterior permite generar vínculos sociales a través de las redes.

3.2.1. Registro lingüístico en el discurso político en X

Entrando poco a poco en el análisis del discurso político, señala la autora que, basándose en un estudio hecho por Alonso-Muñoz *et al.* (2016) y haciendo referencia a Ott (2017), la manera de expresarse de los políticos en la red social *X* varía dependiendo de la cultura, por esto, los políticos españoles, los políticos estadounidenses y los ingleses tienen y expresan distintas intenciones comunicativas, además de hacer uso de distintas estrategias afectivas para acercarse a su audiencia.

En primer lugar, la autora repasa la diferencia de publicaciones entre dos expresidentes en Estados Unidos para demostrar que, a pesar de tener intenciones comunicativas similares, la manera de expresarse es distinta. Esta forma de enunciación se contrasta con un tuit de Pedro Sánchez y uno de Boris Johnson (expresidente de Reino Unido) para explicitar las características del uso del estilo comunicativo digital más usadas en cada caso.

3.2.1.1. Análisis de posts de expresidentes estadounidenses

En cuanto a los expresidentes estadounidenses, comienza con Barack Obama, quien se caracteriza por usar redes sociales y medios tecnológicos para informar a la ciudadanía. Por otra parte está Donald J. Trump, quien a lo largo de su trayectoria como político ha usado *X* para comunicar sus opiniones y sus decisiones. Esto último en conjunto con el tono de sus publicaciones le supuso la expulsión de la red en 2021, por verse implicado en el caso del asalto al Capitolio, que fue incluso llamado por el oficialismo y la oposición de aquel entonces como “terrorismo” (Charlie Savage para New York Times, 7 de enero de 2022). Con estos antecedentes, es importante conocer cómo se desenvuelve la política estadounidense en la red a través de las figuras de más alto poder.

Pérez-Sabater (2024) analiza un *post* (antes tuit) de cada expresidente. El de Barack Obama se enmarca en el contexto de apoyo a Joe Biden durante su candidatura en 2020, mientras el de Donald J. Trump se publica durante la candidatura a su reelección en el mismo año. La autora menciona la importancia de tener una perspectiva intersemiótica en la red basándose en el trabajo

de Kress y van Leewuwen (2021) porque todas las partes de una publicación (texto y elementos multimodales) se interrelacionan y cumplen una función en la totalidad del mensaje.

Los *posts* utilizados por la autora corresponden a:



Fig. 3 Capturas de posts de políticos estadounidenses analizados por Pérez-Sabater (2024)

Como se puede apreciar en las imágenes ambos expresidentes optan por un lenguaje coloquial y con tintes conversacionales. Esto, se da porque ambos intentan apelar a la ciudadanía votante. El contraste se da en algunos aspectos estilísticos y en las intenciones comunicativas. El primero, Barack Obama, busca conocer la intención de voto de las personas. Para hacerlo usa un texto breve pero organizado en párrafos, con una ortografía bien cuidada. Además, usa primera persona del singular para referirse a sí mismo, es decir, no incluye a más emisores, y usa segunda persona del singular para dirigirse directamente a cada lector o lectora. El segundo, Donald J. Trump, usa un lenguaje más digital en cuanto se pueden ver estrategias lingüísticas evidentes para enfatizar el mensaje. En el primero se presenta el mensaje en mayúsculas, un mensaje directo y un tanto agresivo, alejándose de la cortesía típica de la política. Algunas de sus publicaciones no incluyen sujeto y no siguen una organización discursiva clara, lo que enfatiza la informalidad del discurso propio de este político. En general mantiene un lenguaje directo, sencillo y negativo, debido a que la intención comunicativa en su caso es denunciar la mala prensa y las *fake news* que hacían en su contra. En cuanto a la multimodalidad existente, Barack Obama hace uso de una imagen

complementaria al texto, es decir, no da más información que el mensaje antes entregado, pero lo apoya. La imagen muestra cercanía con su esposa y eso presenta una imagen de intimidad y de confianza en la audiencia. Por otro lado, Donald J. Trump no apoya sus dichos con imágenes, por ello, el mensaje recae completamente en lo verbal haciendo de sus publicaciones mayormente monomodales (Pérez-Sabater, 2024).

3.2.1.2. Análisis de posts de políticos europeos

En segundo lugar, la autora continúa estudiando las publicaciones de políticos europeos para comprobar si sigue vigente la hipótesis de que los políticos anglosajones suelen tener un discurso más informal en la red que los españoles presentada en 2009 por Montero-Fleta en *Computer mediated communication and informalization of discourse: The influence of culture and subject matter*. Para esto, presenta como ejemplo un *post* de Pedro Sánchez y otro de Boris Johnson (en ese entonces Primer Ministro británico) sobre situaciones distintas y luego analiza dos *posts* cuya intención comunicativa coincide.



Fig. 4 Capturas de posts de autoridades europeas analizados por Pérez-Sabater (2024).



Fig. 5 Capturas de posts de autoridades europeas analizados por Pérez-Sabater (2024)

Siguiendo el análisis anterior, se señalan las siguientes características:

Con respecto a los políticos europeos, se presentan en estas publicaciones dos intenciones comunicativas claras. La primera es la de enseñar a la población parte de sus logros siendo parte del gobierno y la segunda, dar el pésame al pueblo japonés por el magnicidio del ex primer ministro japonés Shinzo Abe. Algunas características relacionadas con la primera intención comunicativa en estos *posts* son que el presidente Sánchez tiende a utilizar un lenguaje más serio e institucional, usualmente con una ortografía cuidada, oraciones complejas y completas. Usa también un solo párrafo breve para desarrollar su idea y manteniendo siempre la cortesía. Por otro lado, con la misma intención comunicativa, Boris Johnson, el ex primer ministro británico tiende a usar un lenguaje más informal mas no inculto. Separa su discurso en párrafos claros y precisos y usa un lengua emocional, acompañado de datos concretos sobre el gasto realizado, mostrando orgullo en su inversión. Ambas autoridades complementan sus mensajes con imágenes que apoyan el mensaje verbal previo y en ambas ocasiones se distancian un tanto de la audiencia, lo que puede reflejarse en la distancia que mantienen de la cámara y en los ángulos (superior y oblicuo, respectivamente).

Cuando la situación comunicativa cambia, en este caso con el pésame, el lenguaje de ambos se presenta de manera cuidada, formal y diferenciada en párrafos, manteniendo la diplomacia y la cortesía. La única diferencia entre ambos es que Sánchez usa primera persona plural para incluir al gobierno y al pueblo español en la emisión del pésame, mientras Johnson usa primera persona singular y solo menciona al Reino Unido en una ocasión.

Como conclusión a lo anterior, se desprende que los políticos anglosajones, en general, tienden a ser más informales que los españoles en su forma de dirigirse a su público en redes sociales. Además, dependiendo del rol que tengan, candidatos o altos mandos, tienen intenciones comunicativas diferentes. Por lo general, cuando los políticos no tienen un cargo de autoridad muy alto, sus publicaciones se basan en hacer propaganda de sus candidaturas o de criticar a los adversarios. Empero, cuando están en cargos de poder tienden a ser más cautos y a dedicarse a entregar información a la ciudadanía sobre sus logros y situaciones diplomáticas importantes (Pérez-Sabater, 2024).

3.2.2. Registro lingüístico en el discurso de celebridades en X

Posteriormente, la autora investiga los *posts* de dos celebridades españolas con el objetivo de descubrir si su manera de comunicarse es más o menos informal que la de los políticos. Para ello, examina una publicación de Ibai Llanos, *streamer* español que se ha hecho famoso por hacer videos de diversa índole en el plataforma *Twitch* y quien ha llevado a cabo eventos masivos en España. Además, lo contrasta con publicaciones de la cantante catalana Rosalía, quien se ha hecho famosa por sus múltiples proyectos musicales que tienden a fusionar la música flamenca con géneros más populares a nivel global.

En el caso de Ibai Llanos, la autora presenta una publicación en la cual el *streamer* da una opinión personal. La misma indica que esto no está relacionado con su rol virtual, sino con su persona, práctica habitual de esta celebridad, cuyas publicaciones tienen por intención comunicativa principal mantener el contacto con su audiencia a través de interacciones frecuentes. La publicación analizada, en específico, consta de una única frase *que viva el amor coño* sin ninguna marca de puntuación. Es justamente esto lo que llama la atención de la autora, porque las respuestas de sus seguidores en esta red social demuestran la importancia que le dan a la ortografía de la celebridad con un hilo de correcciones que hasta son erróneas en sí mismas. Ante una ortografía descuidada, la gente reacciona, aun si la información se encuentra en una red social y la celebridad tiene por objetivo de audiencia a la gente joven.



Fig. 6 Capturas de un hilo de X analizado en Pérez-Sabater (2024).

En cuanto a las publicaciones de Rosalía en X, se evidencia la informalización del lenguaje más claramente, ya que hace uso de estrategias lingüísticas, antes mencionadas por Yus (2010). Entre ellas encontramos el uso de mayúsculas que, aunque usualmente expresa enfado (Cotelo García, 2022 y Murray, 2000 en Pérez-Sabater, 2024), en esta ocasión se utilizan para enfatizar el anuncio de una de sus obras. Como menciona la autora “representan el altavoz enunciador del disco que está a punto de salir” (Pérez-Sabater, 2024, p. 99). Además, vemos el alargamiento de vocales, antes mencionado como “ortografía prosódica” (Yus, 2010, p. 200) con el mismo fin anunciador. Además de lo anterior, se refuerza la informalidad y el carácter oral de la publicación con el uso de emojis de corazones marrones que complementan al mensaje, mas no dan información esencial. Según la autora, la elección de estos se correspondería con la estética que busca tener la cantante en su nuevo proyecto. Además de lo anterior, otra característica propia del lenguaje usado en el internet son los anglicismos. La autora en este caso se cuestiona si los vocablos *presave* y *tracklist* corresponden a un “cambio de código” (Gumperz, 1997 en Pérez-Sabater, 2024) o no. Considerando que este concepto solo engloba el uso de préstamos lingüísticos con un carácter dialógico entonces no correspondería a esa categoría, como bien afirma la autora, sino a simples préstamos usados de esa manera porque las plataformas de música (como Spotify en este caso) tienden a usar estos términos. Aun si Pérez-Sabater (2024) señala estos detalles, cabe destacar que están disponibles los conceptos en español *guardar* y *canciones*, por tanto, usar los términos en inglés, podría deberse a la audiencia (global) de la cantante o al uso en inglés de las plataformas por parte de la artista. Tomando en cuenta que como cantante parte de su rol corresponde a dar

información de su trabajo, se considera que las elecciones de forma de enunciación de la publicación pueden estar regidas igualmente por la disquera y no por la artista en sí misma. Esto se podría evidenciar a través de la ortografía cuidada del *post* que rompe con la idea de informalidad (Pérez-Sabater, 2024) antes presentada con ortografía prosódica.

Como conclusión de esta sección, Pérez-Sabater señala que el discurso digital no hace más que seguir informalizándose, cada vez acercándose más a la oralidad. En cuanto al discurso político, enfatiza la polaridad de formalidad-informalidad, recalcando también que dentro de la informalidad se pueden presentar casos de discursos con una carga emocional negativa. Fuera de la política, en cambio, impera el discurso informal con las estrategias antes vistas y cuya intención comunicativa es acercarse a los fanáticos o seguidores. No obstante, algo en lo que hace hincapié la misma autora es que no debemos olvidar que la imagen de estas celebridades es a su vez un producto y, por ello, también se busca obtener algo a partir de esta cercanía.

4. Estilo comunicativo digital del español en el aula de ELE

Como se ha visto a lo largo de este trabajo, la red ha modificado no solo el medio de comunicación sino también la manera de comunicarnos en los diversos idiomas. Por esta razón, no podemos dejar de lado su enseñanza en el aula de ELE. Es esencial mostrar la manera en la que se desenvuelve el español en diversos estilos comunicativos, especialmente si estos se desarrollan a través de medios globales como el internet. Considerando la importancia que ha alcanzado el aprendizaje de lenguas en línea, que no ha hecho más que aumentar desde la pandemia sanitaria del COVID-19 en 2020, y también la cantidad de *input* en línea al que tienen acceso los aprendientes, no considerar la enseñanza del uso del español en la red dentro del aula de ELE sería alienar a quienes aprenden de una parte de su aprendizaje.

Para abordar el estilo comunicativo digital en el aula de ELE, se realizó una revisión de manuales de esta disciplina en niveles intermedios y avanzados para reconocer el *input* al que ya se exponen los aprendientes no solo de las variaciones lingüísticas, sino también de la información sobre el internet y redes sociales. Para organizar este análisis, se recurrió al orden cronológico, de más antiguo a más reciente, pero descartando todos aquellos manuales previos al 2000, por su antigüedad.

4.1. Manuales de niveles intermedios

4.1.1. *Eco: Curso modular de Español Lengua extranjera -Intensivo-*

El primer manual de nivel B2 analizado fue *Eco: Curso modular de Español Lengua Extranjera -Intensivo-* publicado en 2006 por la editorial Edelsa Grupo Didascalía, S.A. y creado por Carlos Romero Dueñas y Alfredo González Hermoso.

Este es un manual bastante antiguo, por ello, no se espera que aborden tecnologías tan modernas como las redes sociales, pero sí se presentan aspectos como la página web. A lo largo del libro, se exhiben algunos textos de páginas webs españolas como un anuncio de la Biblioteca Nacional de España sobre el cual se menciona la organización discursiva. En el ejercicio “2a. Lee esta descripción y observa las partes en las que se divide” (p. 14) se señala que este texto tiene una visión general del anuncio y luego se divide en partes, organizando el discurso con conectores lógicos.

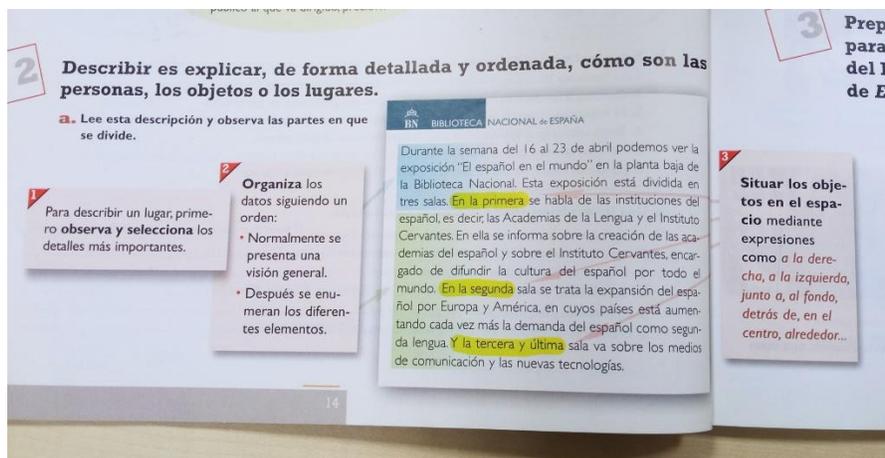


Fig. 7 Actividad sobre conectores lógicos. Manual Eco: Curso modular de Español Lengua extranjera -Intensivo-

A pesar de ello, no se hace un contraste explícito entre este tipo de textos en las web y otros, además de que no se menciona por qué se encuentran anuncios en este tipo de plataformas. Lo mismo ocurre con otro texto para comprensión lectora de la página web de la Dirección General de Tráfico de España en la unidad 2 del manual (p. 28). En esta los alumnos solo deben dar su opinión del tema, mas no se cuestiona el lenguaje allí usado, la organización textual o su intención comunicativa.

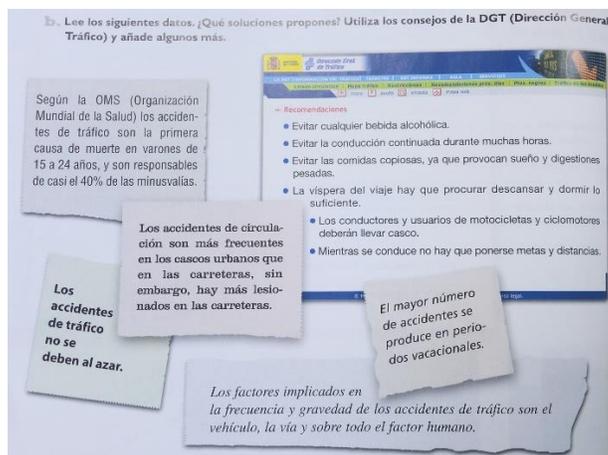


Fig. 8 Ejemplo de una página web española. Manual Eco: Curso modular de Español Lengua extranjera -Intensivo-

En la unidad 5, a diferencia de las unidades anteriores, se hace referencia explícita a la red. Esto porque el objetivo de la sección *Taller de expresión* es crear una propuesta de ocio en una página web. Para esto se divide la producción en tres grandes pasos. El primero es describir una actividad a partir de imágenes y sus nombres. Luego, en la segunda sección, deben organizar un viaje buscando información en Google. Para esto se presentan los pasos a seguir y se muestra en el

texto del buscador la información entre comillas, pero no se menciona por qué y se pide escribir un correo electrónico a la agencia, pero no se explicita cómo (ni formato ni plataforma, etc.).

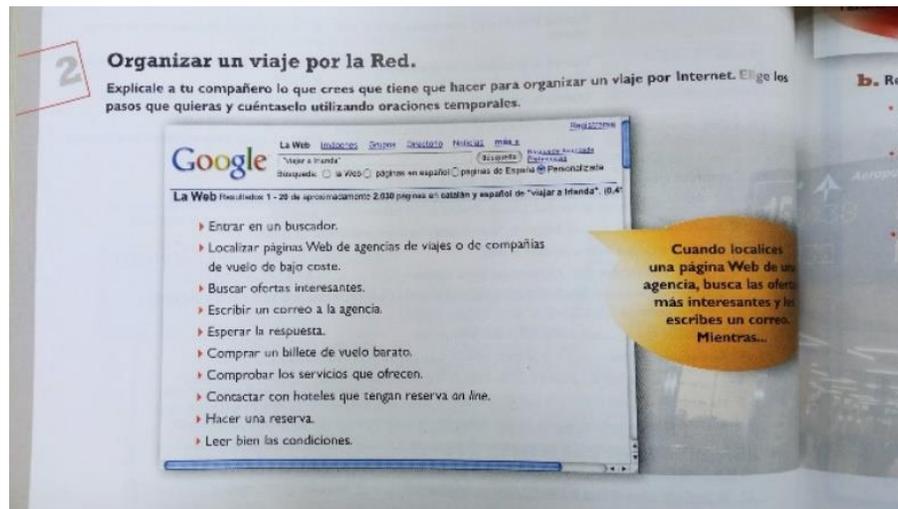


Fig. 9 Interfaz de Google con instrucciones de la actividad para los estudiantes. Manual Eco: Curso modular de Español Lengua extranjera -Intensivo-

Finalmente, en la sección de la página web en sí, se menciona en un inicio cómo crear publicidad en la red, se presenta el texto de un anuncio, se mencionan sus partes (encabezamiento, cuerpo y eslogan) y se habla sobre el tipo de lenguaje en la publicidad como en las oraciones “le ofrecemos las mejores posibilidades de seguros para que el día de mañana tenga resuelto el futuro” (p.63) para indagar sobre sus intenciones comunicativas. También, por primera vez, se indica la relación de la imagen con el anuncio en la oración “Muchas veces, el éxito de un anuncio se logra asociando una imagen atrayente con un eslogan pegadizo. ¿Crees que se consigue esta asociación en el anuncio? ¿qué te sugiere la imagen?” (p. 63). Como hemos visto anteriormente, esta relación imagen-texto también se da en diversas plataformas virtuales y por ello es importante saber cómo afecta al mensaje.

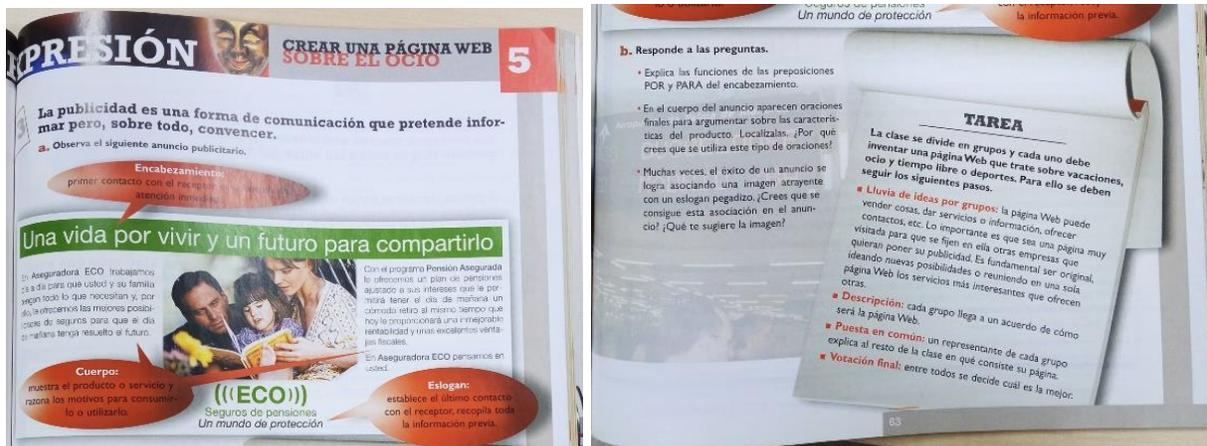


Fig. 10 Ejercicio sobre la creación de una página web. Manual Eco: Curso modular de Español Lengua extranjera - Intensivo-

La unidad 7, por su parte, trata en su totalidad sobre el internet y esto se ve reflejado en el título “Es una revolución digital”. A pesar de que no se muestra ningún género discursivo nacido en las etapas Web 1.0 y 2.0, se presentan textos con las temáticas del internet. Hay, sin embargo, un apartado donde se habla de algunos soportes de intercambios comunicativos y este es el del “Español en el Internet” (p. 79). En él, se pregunta sobre las clases virtuales y los materiales complementarios con los que dispone el alumno. Además, se pregunta a los aprendientes las ventajas del sistema con relación al internet, el chat y el correo electrónico.

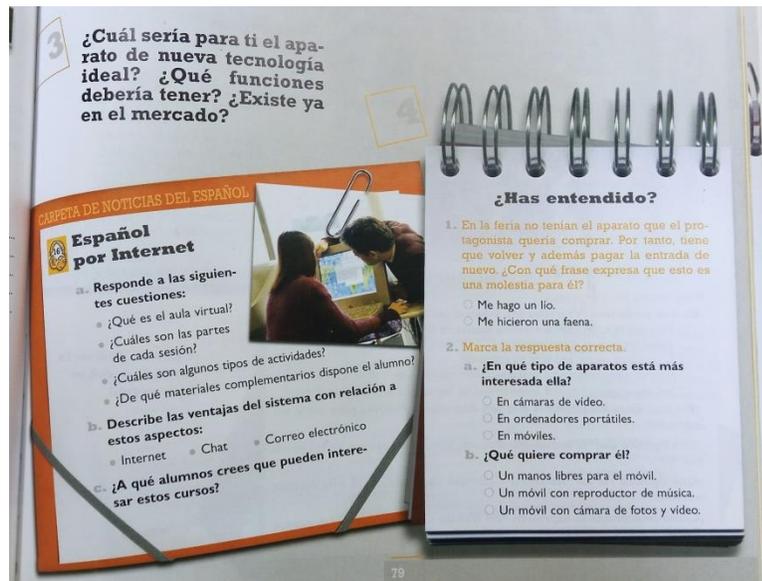


Fig. 11 Español en el internet, preguntas sobre géneros discursivos. Manual Eco: Curso modular de Español Lengua extranjera -Intensivo-

A medida que esta unidad continúa, se presentan otros géneros discursivos en soportes no digitales, lo que se contradice con la temática de esta. Empero, al final, se presentan algunos artículos periodísticos de la red y una opinión en un foro de opinión, con los que se espera que los aprendientes estén en acuerdo o en desacuerdo. Cabe recalcar que no se insta a los aprendientes a escribir como si lo hicieran en la red. Luego se presenta material léxico en formato web y se insta al debate.

A diferencia de manuales más actuales, los recursos aquí presentados parecen intentar mostrar una visión innovadora con imágenes que presentan el material léxico y gramatical emulando plataformas digitales, mas no material auténtico o el uso real de interfaces virtuales para el desarrollo de las tareas ni mucho menos el análisis del uso del español en la web.

4.1.2. *Aula Internacional 4*

El segundo manual analizado fue *Aula Internacional 4* de nivel B2.1 publicado por la editorial Difusión en el año 2018, reimpresso en 2020, y creado por Jaime Corpas, Agustín Garmendia, Nuria Sánchez y Carmen Soriano.

La primera unidad de este manual se titula *Buenas noticias* y aborda entre los ejes temáticos los medios de comunicación. Podemos notar en la página 10 un primer acercamiento a las redes sociales con ejercicios en los que se pide a los alumnos relacionar la redes *Facebook* y *Twitter* (en ese entonces, ahora *X*) con las características enlistadas debajo y cuya corrección es autónoma, ya que deben escuchar un audio para corroborar sus respuestas. Si bien se hace referencia a algunos datos clave como el origen de las redes, desde cuándo existe una versión en español y quiénes fueron los usuarios generales de las redes, no se adentra en el uso de la lengua en estas.



Fig. 12 Ejercicio sobre las redes sociales. Aula Internacional 4 de nivel B2.1. Manual Aula Internacional 4.

Inmediatamente después del ejercicio anterior, se presentan titulares de periódicos en línea con sus respectivas bajadas. De acuerdo con la temática de cada uno, los aprendientes deben elegir a qué sección del diario digital deben asignarlas. Nuevamente, nos encontramos ante un panorama en el que las preguntas son generales, pero no se abordan las diferencias, por ejemplo, con un periódico no digital. Afortunadamente, al final de la actividad, se incentiva al aprendiente a buscar en el internet más noticias, dándoles la oportunidad de acceder a mayor *input* digital.

En general, en las comprensiones lectoras, se presenta la historia de los creadores de redes sociales, pero no se hace reflexión sobre el uso de la lengua en estas o en el mundo digital. Este aspecto es interesante, porque, a pesar de que en la comprensión lectora se busca mayormente que el estudiante comprenda la lengua, no se da pie a que el estudiante lea sobre cómo se usa el idioma que está aprendiendo en un entorno virtual. Este tipo de textos, que hablan de la historia de personajes famosos y exitosos, existe en manuales de ELE desde los años 90 del s. XX, por tanto, es importante crear nuevos paradigmas para que los aprendientes se acerquen más al discurso digital desde las diversas competencias.

A pesar de que este era un ejercicio con una clara marca gramatical, la actividad de la página siguiente presenta una reflexión más compleja que las anteriores, lo que se espera de un nivel B2. Para ello, se presentan tres enunciados a los aprendientes y deben anotar al lado de cada uno la letra *A* en caso de que consideren que “ha aparecido en un periódico o telenoticias” o *B* si creen

que “las ha comentado alguien a un amigo” (Aula internacional 4, 2020, p. 14). Así se expone a los alumnos a diferenciar la forma de enunciación de las oraciones a través de características de los distintos registros lingüísticos, la voz pasiva y la formalidad asociada al ámbito periodístico y la voz activa, la anticipación del objeto directo e informalidad en la conversación con interlocutores con quienes existe una cierta cercanía o intimidad. Esto daría paso a diferenciar la dicotomía informalidad/formalidad muy estudiada en la diferencia entre el discurso digital y el no digital.

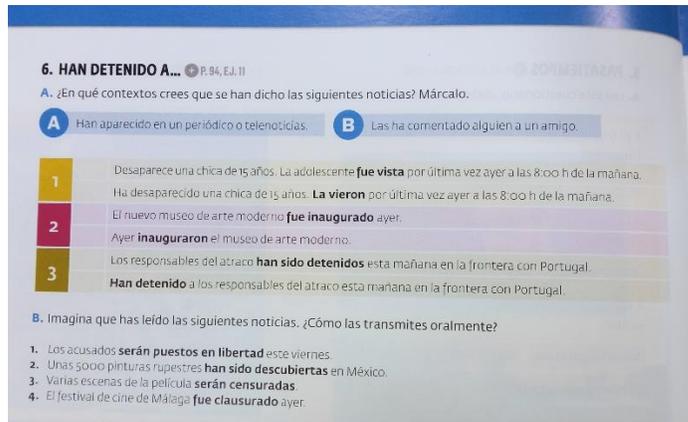


Fig. 13 Actividad de comparación de registros lingüísticos. Manual Aula Internacional 4.

Finalmente, en la sección *Practicar y comunicar*, en específico en el ejercicio *Medios de comunicación* se establecen ciertas diferencias entre los medios de comunicación digitales y los no digitales con respecto a la información y la forma en la que esta se comparte. Igualmente se hacen preguntas sobre el uso de las redes sociales y cómo esto ha afectado la manera de informarse de los aprendientes. Siguiendo la misma línea, el ejercicio siguiente de este mismo apartado plantea a los alumnos informarse sobre alguna de las siguientes opciones de aplicaciones: Feedly, Google Alerts, Pocket y preparar una exposición.

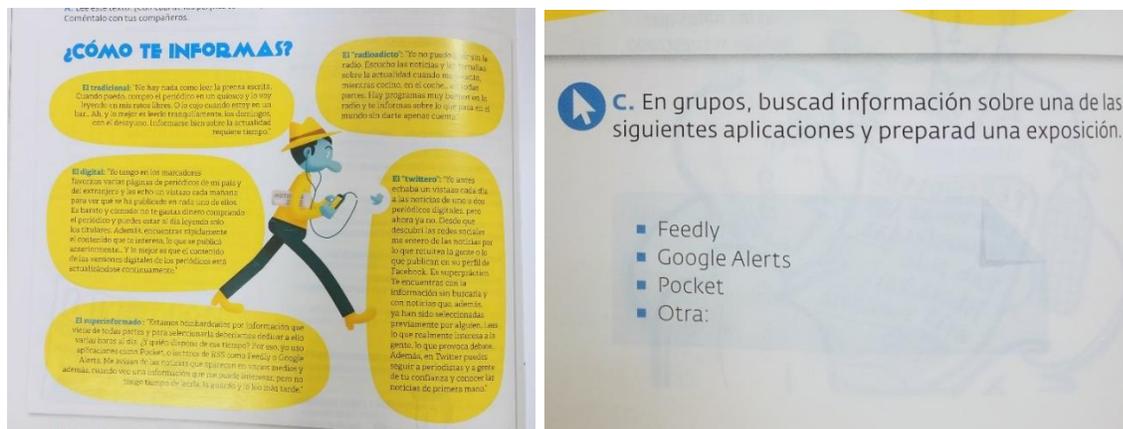


Fig. 14 Información a través de y sobre redes y aplicaciones. Manual Aula Internacional 4.

En la unidad 2, brevemente se muestran las reacciones de los lectores de un periódico en línea en la que se puede notar el principio de economía del lenguaje a través de comentarios reactivos con presencia de deícticos que generan un hilo de información interconectada. Este apartado sería muy provechoso para abordar la horizontalidad de los participantes y cómo el español permite la continuación de la información a pesar de ser la intervención de otra persona. No obstante, el foco de esta actividad es generar una opinión sobre el tema y que el alumno esté de acuerdo o en desacuerdo con lo allí expuesto, similar al manual analizado anteriormente.

Dinámicas similares se presentan en las páginas posteriores en las que las imágenes que muestran artículos en línea o foros de opinión solo sirven para generar debate o conversación a partir de los temas ahí vertidos. Como se puede notar hasta el momento, durante todo el 2000, los manuales han enfocado su visión del internet en el aula de ELE solo como eje temático, mas no como un medio en el que se ha desarrollado un estilo comunicativo moderno e influyente en el aula de ELE.

4.1.3. *Bitácora 4 Nueva Edición*

El tercer manual de nivel B2 analizado fue *Bitácora 4 Nueva Edición* publicado por la Editorial Difusión en el año 2018, reimpresso en 2020, y creado por Neus Sans Baulenas, Ernesto Martín Peris, Jaume Muntal Tarragó, Rosana Acquaroni Muñoz y Emilia Conejo López-Lago.

En este manual la primera vez que se hace mención del discurso digital en la unidad 2 *Es verdad o es mentira*, en específico en la sección *Pásalo* donde se comenta la influencia que tuvieron los SMS y las redes sociales durante el atentado del 11 de marzo de 2004 en los trenes de Madrid. En primer lugar, se muestra un texto para comprensión lectora en el cual se aborda el tema de la veracidad de la información en la red. Se comenta que no toda la información es fiable, pero que aun así los españoles decidieron buscar información al respecto en el internet. Igualmente, se indica que para pedir explicaciones al gobierno de lo que estaba ocurriendo, los españoles prefirieron el uso de SMS. Este último recurso también fue el preferido para organizar movilizaciones públicas que buscaban demostrar la preocupación por la seguridad y el sentimiento generalizado por el atentado. Para esto último se utilizó un recurso muy común en las redes para generar “cadenas de información” que fue el replicar una palabra mensaje a mensaje, *pásalo*, y dio pie a que muchos españoles se unan a la red de información que circulaba en ese momento. Nuevamente se considera el texto como agente detonador de interacción en clases.

En la página 51 podemos notar ejercicios de cambio de registro para variar de un estilo periodístico a uno conversacional. Si bien, no se explicita que esto sea propio o característico del internet, se entiende que si se encuentra dentro de la misma página que la información de las redes sociales, existe un enlace entre ambos contenidos. El ejercicio se presenta con el título *Registros: lenguaje periodístico* y la instrucción es “¿cómo expresaríamos de otra manera, en un lenguaje más conversacional, los siguientes fragmentos de la crónica?” (p. 51)

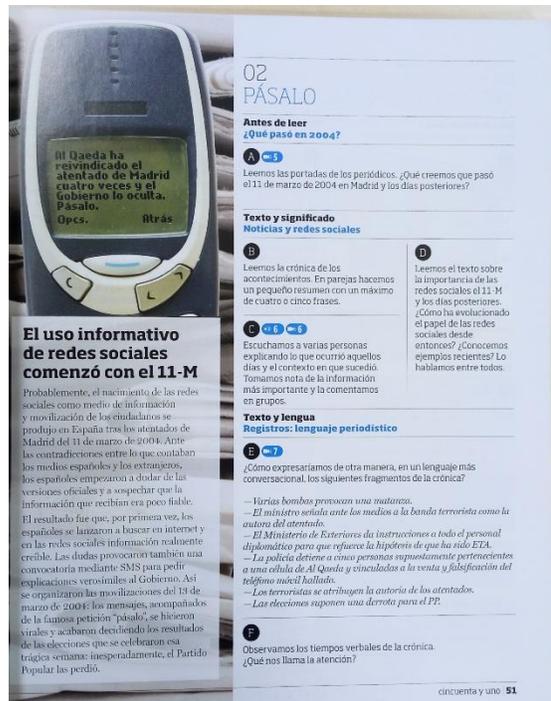


Fig. 15 SMS como medio de comunicación durante el atentado en Madrid. Manual Bitácora 4 Nueva Edición.

4.2. Manuales de niveles avanzados

4.2.1. Nuevo Prisma Nivel C1

El primer manual de nivel avanzado que se analiza es *Nuevo Prisma C1* publicado por la Editorial Edinumen en el año 2011 y creado por el equipo nuevo Prisma: María José Gelabert, David Isa y Mar Menéndez. Sobre este libro cabe mencionar que cuenta con una ELEteca, es decir, una extensión digital del manual para descargar material complementario. Para ello, en su primera página, se encuentran los datos de acceso para los estudiantes y profesores.

La primera vez que se menciona el internet es en la unidad 1 en la que se presenta un correo electrónico simulado. En este caso se pueden ver algunos aspectos del paratexto de este género

discursivo como las secciones de las funciones que se pueden realizar con un correo electrónico (enviar, adjuntar) y también los datos que corresponden a los participantes del intercambio como el emisor y el destinatario, aunque no parece ser un formato auténtico. El cuerpo del correo electrónico se presenta como un gran bloque de texto, lo que no es prototípico del género discursivo, pero sí se puede justificar por el contexto comunicativo explicitado en la instrucción “lee el correo electrónico que Luisa, compañera de trabajo de Javier, le escribe a Pedro, otro compañero de ambos...” (p. 20) lo que expresa cierta cercanía entre las personas. Igualmente, la intención comunicativa corresponde a poner al tanto a Pedro de lo que ocurre en la vida de Javier en sus circunstancias laborales. Si bien el ejercicio se centra en el uso de voz pasiva, la pregunta final puede dar paso a una reflexión sobre el discurso digital porque se enfoca en comparar este correo electrónico con una instancia expuesta previamente explicando, de otra forma, la situación laboral de Javier. La instrucción es “comparad los dos textos y las estructuras lingüísticas que están resaltadas en ambos escritos y, después, completad el siguiente cuadro”. Dicho cuadro expone características de los contextos formales como el uso de voz pasiva y géneros discursivos relacionados con ellos, como los artículos periodísticos, noticias de prensa, relatos de historia y textos legales (Nuevo Prisma C1, 2011, p. 20) y los contrapone con los contextos informales, dando a entender que en estos últimos se suele anteponer el objeto directo.

2.1. Lee el correo electrónico que Luisa, compañera de trabajo de Javier, le escribe a Pedro, otro compañero de ambos, que en este momento está trabajando en la sucursal de la empresa en Barcelona, contándole esto mismo.

Follón en la oficina

Hola, Pedro: ¿Cómo te va por Barcelona? Supongo que estarás encantado. Nosotros te echamos mucho de menos. Te escribo para contarte un cotilleo, que sé que te gustan. Ya sabes que Javier siempre se ha llevado mal con la Jefa de Contabilidad, tienen diferente carácter. Además, sabes que Pedro es muy gracioso, siempre está de broma y no para de contarnos chistes. Pues resulta que la semana pasada nos encontramos al llegar con que **a Javier lo habían trasladado** al Departamento de Marketing y que **lo habían acusado** de no tomarse el trabajo en serio. Imagínate el disgusto que se llevó. Pero no se quedó parado. Fue a un abogado y esta semana se ha recibido un escrito en el Departamento de Recursos Humanos en el que exige que **lo trasladen** de nuevo a su departamento, supongo que bajo la amenaza de llevarlos ante los tribunales. La verdad es que ha tenido valor, aunque no me extraña, la acusación es gravísima y no tiene sentido. Ya te contaré cómo termina todo esto. Como ves, aquí las cosas, por desgracia, siguen igual que siempre. Besos.

2.2. Comparad los dos textos y las estructuras lingüísticas que están resaltadas en ambos escritos y, después, completad el siguiente cuadro.

<p>× La voz pasiva es un recurso muy utilizado en contextos [1] artículos periodísticos y noticias de prensa, relatos de historia, textos legales, etc. En los contextos [2] se utiliza más frecuentemente otro recurso para mantener la coherencia textual y que consiste en anteponer el objeto directo, retomándolo después con un pronombre:</p> <p>— El libro ha sido escrito este año. → El libro lo han escrito este año.</p>	
--	--

Fig. 16 Contraste de registros lingüísticos para niveles avanzados. Manual Nuevo Prisma Nivel C1.

Esto sirve como agente detonador para practicar la diferencia de la voz pasiva en contextos formales e informales a través de la transformación de oraciones.

Otro género discursivo digital presentado en el libro es el blog, en la unidad 2, donde se aborda el tema de la actuación. Nuevamente se puede ver paratexto más similar a las páginas web encontradas en el internet, en cuanto a formato de interfaz y contenido, además de la extensión. El texto, sin embargo, se usa solo como ejemplo para exponer léxico y aprendizaje de este mismo a través de la búsqueda de sinónimos. No obstante, el léxico está relacionado, como corresponde, con el eje temático de la unidad (el arte).

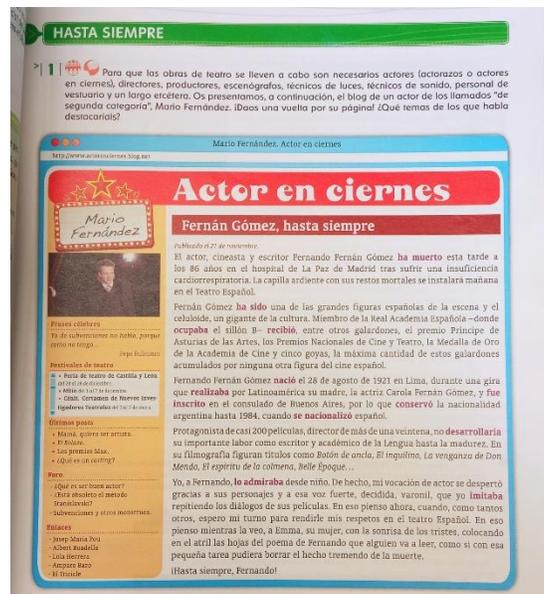


Fig. 17 Ejemplo de blog. Manual Nuevo Prisma Nivel C1.

Nuevamente se presenta una plataforma en la que podemos ver varios textos breves en la unidad 3, esta plataforma es el foro de opinión. Se presenta, como en casos anteriores como un bloque de tres opiniones, con el título *Foro del amor*, con el paratexto correspondiente y, por primera vez con avatares con nombres. El objetivo de esto es la expresión de opiniones usando estructuras de oraciones sustantivas. Por el objetivo de la actividad, las opiniones allí vertidas siguen un registro estándar y modo de habla culto, lo que se evidencia en los verbos utilizados, la correcta escritura de las oraciones y el respeto de la ortografía general, además de uso de conectores lógicos, a pesar de la brevedad del texto. Lo interesante de esta actividad es que se presentan funciones propias de las estructuras que se piden, las subordinadas sustantivas, pero que se condicen también con las intenciones comunicativas prototípicas de este tipo de plataformas, la expresión de sentimientos y deseos, la expresión de opiniones y de voluntad. Si bien el eje temático de esta unidad no corresponde al discurso digital, sí es una actividad que podría utilizarse para

enseñarlo. Igualmente, sirve como agente detonador para la actividad 3, cuya instrucción es “vas a participar con tu opinión y experiencias (reales o inventadas) en el foro: *y para ti ¿qué es el amor?* Escribe el texto siguiendo el modelo de las intervenciones anteriores” (p. 44) creando, por primera vez, la oportunidad de usar el lenguaje en un formato digital, a pesar de darse en soporte no digital.

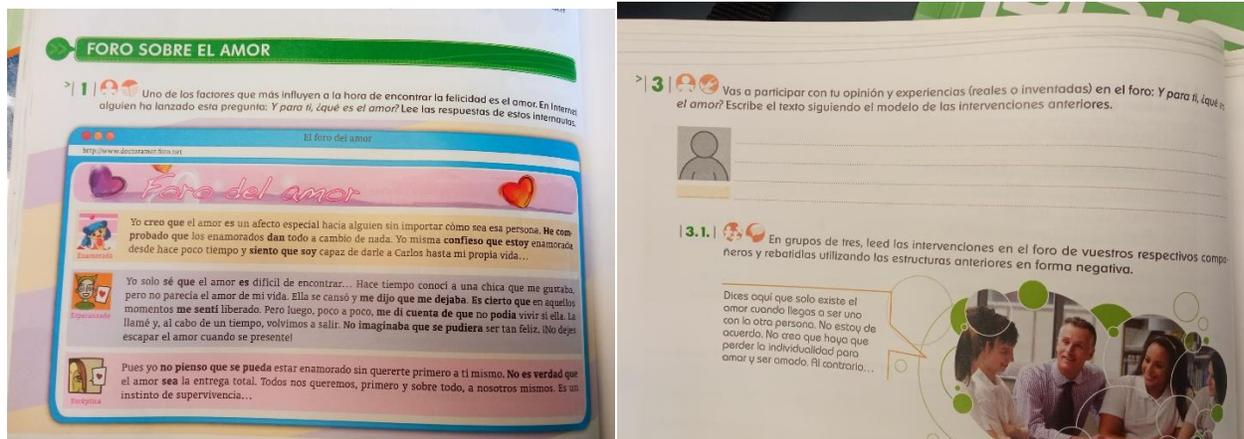


Fig. 18 Ejemplo de foro de opinión y ejercicio relacionado. Manual Nuevo Prisma Nivel C1.

Otro ejercicio similar se desarrolla en la unidad 4, en el que deben leer y dar una opinión sobre un extracto de la novela. A pesar de que explícitamente no se aborda el formato del foro ni las intenciones comunicativas predominantes, sí, como input, aportan a la visión que tienen los estudiantes de estos medios, comprendiendo que los foros permiten desarrollar una amplia diversidad de temáticas y que los distintos URL pueden enfocarse entonces en diversos ejes, como los que vimos anteriormente en el marco teórico. En este apartado se suele usar un lenguaje un poco más coloquial, mas no por ello inculto. Esto se evidencia en el léxico de opiniones como “Hay que estar *tan dopado* como el autor para imaginar semejante escenario” o “no es extremadamente largo, y ese lenguaje arrogante y cruel *engancha* fácilmente” (p. 62). Además de la falta de fórmulas de apertura ni cierre como es muy común en foros de opinión. Dentro del paratexto, por primera vez, se muestran las secciones de un foro separadas por el símbolo “mayor que” (>). Cabe mencionar también que se explicita el espacio para el nombre de usuario, la foto o avatar de este y un espacio de máximo cinco líneas de extensión.

A lo largo del libro el género discursivo digital más común es el del blog, muy usado en este nivel para expresar opiniones sobre diversos temas como las supersticiones o el arte. Si bien, el discurso digital como tal no es eje central de ninguna unidad didáctica, sí se presentan varios textos con un formato digital y con su correspondiente “Adaptado de” + el enlace web de la fuente.

Todos estos textos tienen en común ser artículos bastante breves con una organización discursiva cuidada e ir acompañados de imágenes. La ventaja es que permite a los estudiantes de niveles avanzados informarse de temas más complejos que los anteriores, pero la desventaja es que limita la visión que estos tienen del lenguaje usado en el internet.

4.2.2. *Nuevo Prisma Nivel C2*

El primer manual de nivel avanzado que se analiza es *Nuevo Prisma C2* publicado por la Editorial Edinumen en el año 2012, reimpresso en 2013, y creado por el equipo nuevo Prisma: Mariano del Mazo de Unamuno, Julián Muñoz Pérez, Juana Ruíz Mena y Elena Suárez Prieto. Similar al libro anterior, este manual cuenta con una ELEteca, cuyos datos pueden encontrarse en las primeras páginas.

Según el manual, este nivel tiene por objetivo poder desempeñarse en todos los contextos posibles con muy poco grado de dificultad. Por esto, encontramos más *input* sobre discurso digital que en el anterior. Esto se ve reflejado especialmente en la unidad número 7 en la que se establece como tipos de texto “la conversación tecnológica: el chat” y los “mensajes cortos en Internet: el twitter” (Nuevo Prisma C2, 2013, p. 6). Antes de entrar en la unidad antes mencionada, las unidades 2 y 4 consideran como textos discursivos los blogs. Similar a los casos anteriores, vemos breves reseñas sobre viajes o libros con su respectivo enlace, el título y una imagen que lo acompaña. En la unidad 4, se ahonda un poco más sobre el lenguaje que se usa en los blogs al cuestionar por los tiempos verbales. Aquí se incita al alumno a cuestionarse qué tipo de contenido se pueden encontrar en ellos si suele abundar el pretérito en el discurso. De esta manera se introduce el hecho de la narración.

Enfocándonos en la unidad que aborda en mayor grado el discurso digital, el primer texto presentado con este formato es una wiki, en específico un texto adaptado de Wikipedia que aborda el tema de la psoriasis. Esto se debe a que la unidad se llama *Locos por la ciencia*. Podemos notar en el paratexto un buscador con el nombre de la enfermedad y una lupa, además de una columna que solo presenta un ícono de un médico y, a su derecha, un texto separado en párrafos muy breves y cada uno con un subtítulo destacado en negritas. Además, todo lo anterior va acompañado de una imagen que muestra a una persona aparentemente rascándose la nuca, una imagen que no expresa claramente lo que implica la enfermedad. En este caso podemos notar un género discursivo más formal, cuidado y muy bien seccionado. En contraste, luego de tratar el tema médico, saltamos al

chat, por ser este otro avance de la ciencia. Esta sección comienza con preguntas de reflexión sobre el uso del chat: “¿alguna vez has utilizado esta herramienta para practicar español? ¿qué dificultades puede tener chatear en español? ¿crees que no conversar cara a cara con la otra persona en el chat es una limitación o una ventaja? ¿por qué?” (Nuevo Prisma C2 2013, p. 107). Se presenta posteriormente una imagen de una página web, PrismaChat, con varias salas de chat y se preguntaría a los estudiantes si participarían en ellas. Cada sala de chat se muestra con una imagen que ilustra el nombre y una breve descripción. La interfaz se ve colorida y muestra globos de conversación para hacer referencia a este tipo de interacción.

Luego se presenta una actividad con la instrucción “leed estos fragmentos de diferentes chats, ¿de qué tratan? ¿en qué contexto se producen? ¿es difícil entenderlos?, ¿por qué?” (Nuevo Prisma C2, 2013, p.107). El texto presenta algunos cambios ortográficos propios de la innovación de los usuarios en la red.

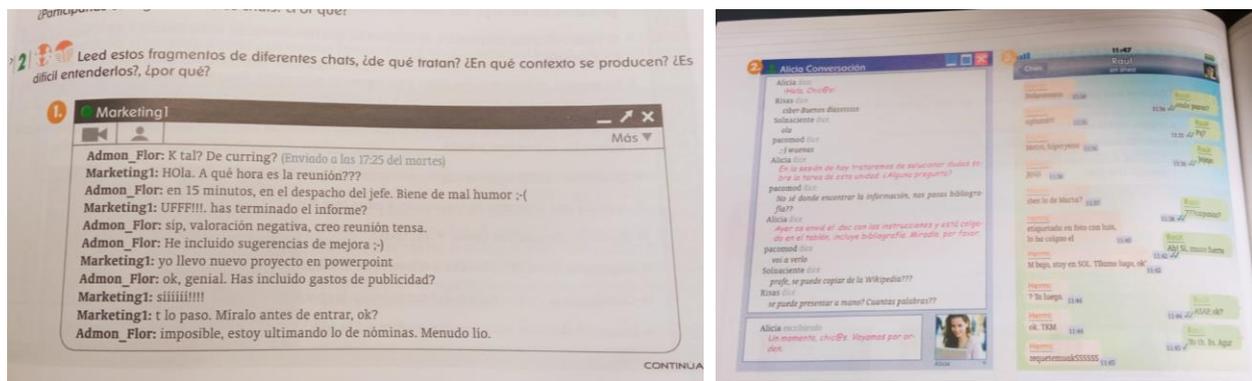


Fig. 19 Ejemplos de estrategias lingüísticas en el discurso digital del chat. Manual Nuevo Prisma Nivel C2.

Además de lo anterior, se muestran distintas interfaces del chat y algunos aspectos relacionados con marcas de retroalimentación como los símbolos verificadores de lectura y el paratexto *en línea*. Al respecto se pide a los estudiantes buscar ejemplos de características lingüísticas y el código no verbal en estos. El manual las enumera con una breve descripción y algunos ejemplos para permitir al aprendiente identificarlas más fácilmente (Nuevo Prisma C2, 2013, pp. 108-109).

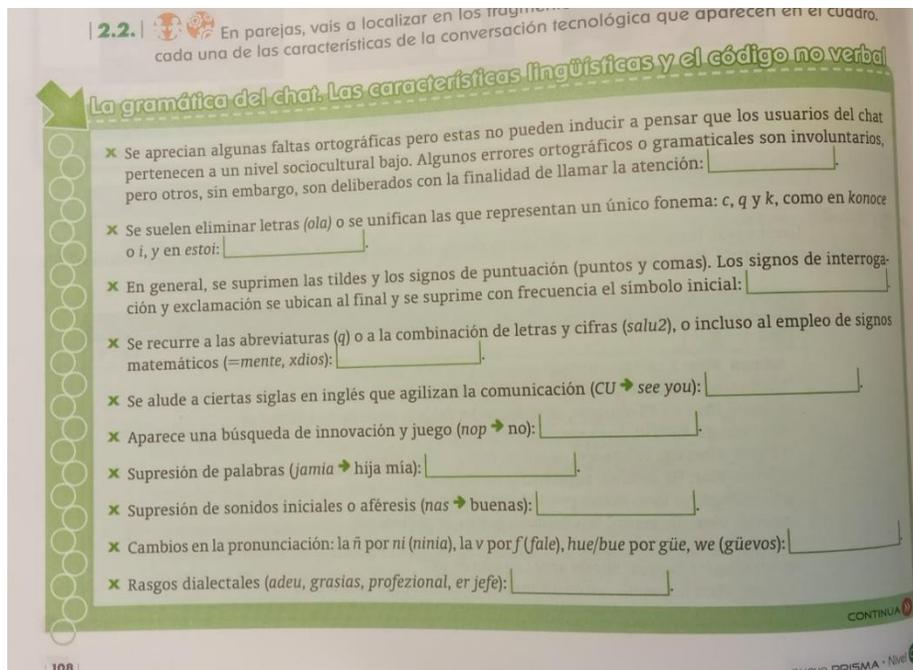


Fig. 20 Ejercicio sobre estrategias lingüísticas en el discurso digital del chat. Manual Nuevo Prisma Nivel C2.

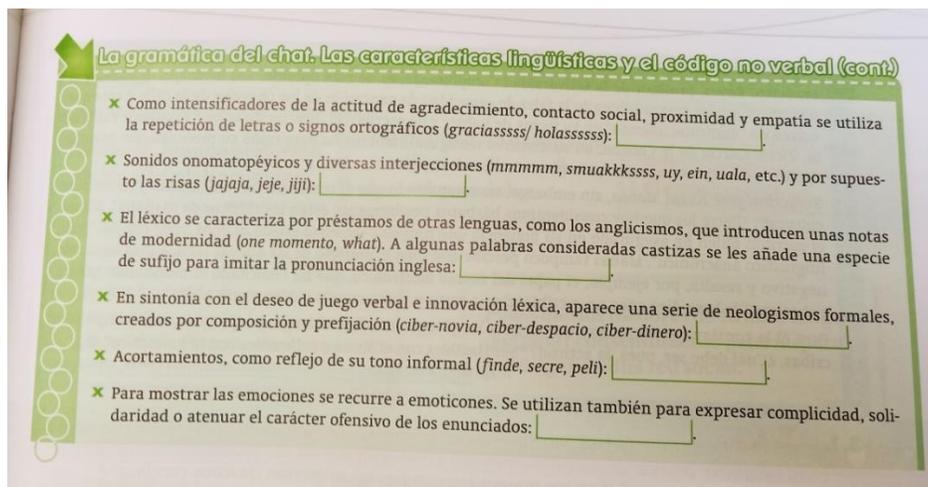


Fig. 21 Ejercicio sobre estrategias lingüísticas en el discurso digital del chat. Manual Nuevo Prisma Nivel C2.

Este ejercicio muestra algunos rasgos antes mencionados por Yus (2010) y posteriormente se incita a los estudiantes a usarlos escribiendo mensajes en sus propios idiomas. Después se les presenta un breve artículo sobre el lenguaje juvenil y las nuevas formas de comunicación para incitar al debate y estar a favor o en contra de estos cambios. Además, se pregunta a los estudiantes si consideran estos cambios un empobrecimiento o una evolución de la lengua.

Para continuar, se deja un poco de lado el lenguaje antes visto y se habla de las redes sociales. Para esto se les presenta un audio con una entrevista a un experto en ellas y se les pide que seleccionen las casillas de un ejercicio que expone características propias de estas. Igualmente, luego se les pide comentar titulares que hablan de las redes sociales. Después también se presenta, de forma un tanto artificial, una interfaz de *Twitter* con diversos tuits y se pide a los estudiantes escribir un tuit de no más de 140 caracteres (limitación previa a *X*) dando su opinión sobre el rol de las redes sociales. Para esto, se les da una pauta sobre problemas que estas pueden causar, entre ellas “el peligro a la pérdida de la intimidad” (Nuevo Prisma C2, 2013, p. 111), asunto antes mencionado por Cantamutto y Vela Delfa (2016b) por compartir información personal.

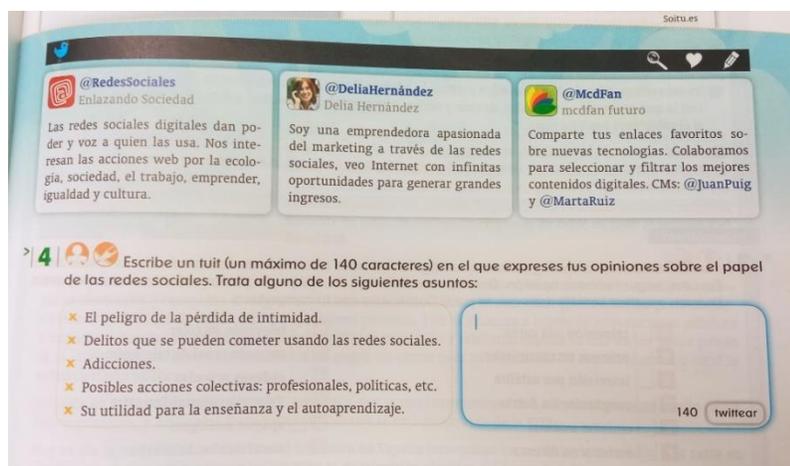


Fig. 22 Ejemplos y ejercicios de *X* (en aquel entonces, *Twitter*). Manual Nuevo Prisma Nivel C2.

Otro ejercicio enfocado en el “lenguaje del Internet”, como lo llama este manual, es el número dos de la página 116 que plantea diversas preguntas ligadas a la red y que deben ser relacionadas con siete aspectos de esta:

- a. Temas
- b. Destinatarios y objetivos
- c. Lenguaje
- d. Apariencia
- e. Enlaces
- f. Actualizaciones y comentarios
- g. Visibilidad, calidad y ética

De esta manera se abordan otros aspectos relacionados con el uso del discurso digital y no solo sus características lingüísticas. Esta información se complementa con el ejercicio siguiente en el que se presentan entradas relacionadas con el lenguaje y los enlaces. En estas entradas se ve una opinión marcada de ambos aspectos. Sobre el lenguaje se menciona que no se diferencia mucho de los medios tradicionales y, en consecuencia, no necesita reglas nuevas, pero se presentan algunos parámetros para facilitar la lectura y la producción de textos porque “los lectores no se enfrentan de igual forma a un texto digital que a un texto impreso” (Nuevo Prisma C2, 2013, p. 116). La recomendación principal es mantener el texto breve, preciso y directo, pero además se menciona usar léxico propio del internet para ayudar al lector en su navegación, por ejemplo, darle la orden de hacer clic en algún espacio. En lo que a los enlaces respecta, se señala que no se debe abusar de la hipertextualidad, pero que indicar algunos enlaces puede permitir ampliar la información disponible en un sitio web. También recuerda a los aprendientes que los enlaces solo deben ser complementarios y no reemplazar la información.

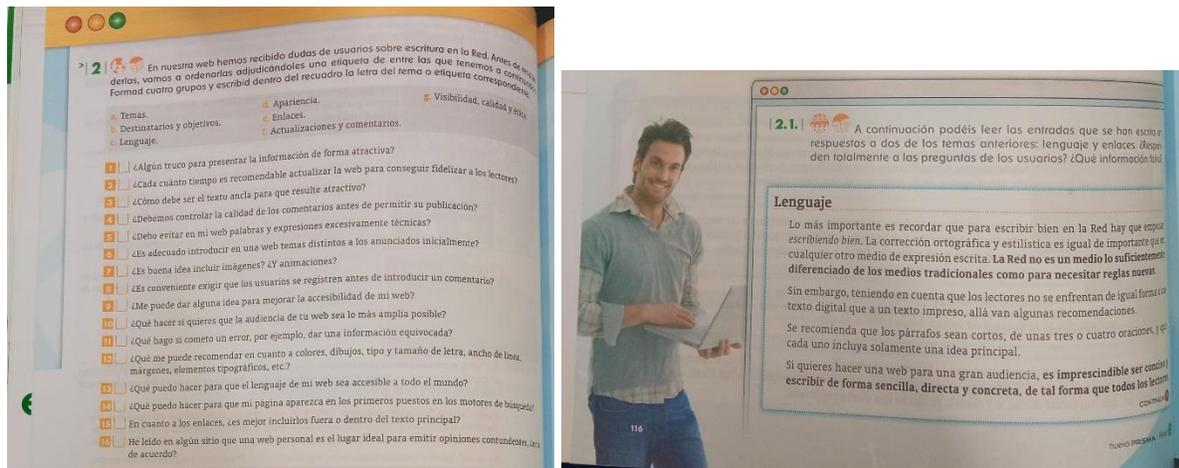


Fig. 23 Ejercicio sobre discurso digital. Manual Nuevo Prisma Nivel C2.

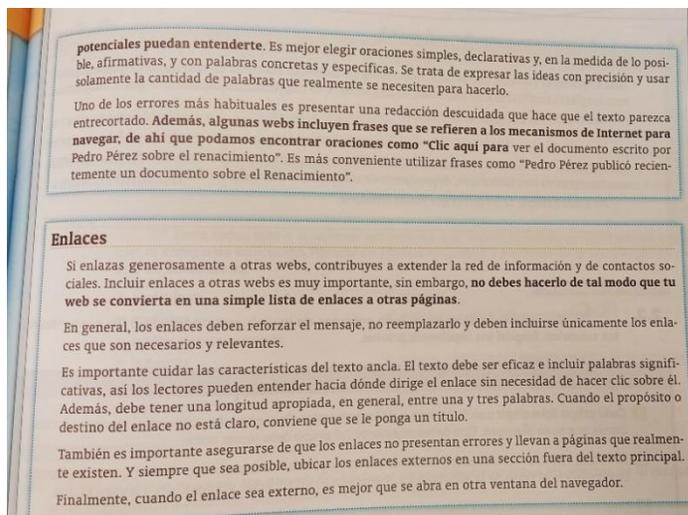


Fig. 24 Continuación del ejercicio sobre discurso digital. Manual Nuevo Prisma Nivel C2.

4.3. Discusión del análisis de materiales

A modo de conclusión del análisis, se establece que el material disponible sigue siendo escaso para la evolución que ha tenido el lenguaje y los estudios de este en la red. A lo largo de los niveles B2 y C1 se desarrollan mayormente ejercicios relacionados solamente con géneros discursivos de la web y mayormente incompletos, por la falta de información con respecto a la organización discursiva, la relación entre interlocutores, la expresión de cortesía y los registros lingüísticos ligados a cada género. Igualmente, muchos de estos ejercicios son de asociación y de comprensión, pero pocos son de aplicación o producción en un ámbito de real uso del idioma. Esto no solo limita el desarrollo y el desempeño de los aprendientes en la producción verbal de estos textos, sino que genera desconocimiento sobre el uso del español y del discurso digital en el contexto en el que usa. En consecuencia, los estudiantes no pueden desarrollar su competencia digital en paralelo con su competencia virtual, generando un conocimiento ficticio.

En lo que respecta a los niveles de lengua, como se puede ver, la mayor parte de los ejercicios prácticos y de producción se encuentran en un nivel C2. Siendo realistas, muchos estudiantes no toman clases para un nivel C2 y, considerando que muchos estudiantes toman clases de niveles avanzados por razones académicas, enseñar el discurso digital en un nivel tan avanzado no se justifica. En niveles intermedios, a pesar de que los aprendientes tienen ya un buen nivel de lengua, no cuentan con actividades suficientes para enfrentarse al español

que se ve en redes, por ello, pueden encontrarse con dificultades en caso de no aprenderlo en el aula de ELE. Gran parte de las actividades se enfocan en emular la interfaz web de las diversas aplicaciones o páginas, pero el formato del texto en ellas mostrado se asemeja a artículos de periódicos en línea.

A favor, se demuestra que son variados los géneros que se presentan a los aprendientes. Vemos blogs con diversos ejes temáticos, foros de discusión, foros de opinión, correos electrónicos, SMS, textos breves (mayormente publicaciones y comentarios). Es verdad que el uso de SMS es escaso hoy en día y eso podría implicar que algunos ejercicios están desactualizados, pero se justifica el uso de estos géneros por los años de producción de los manuales.

A nivel intercultural, se ven muy pocos ejercicios de contraste del uso del discurso digital entre la lengua del aprendiente y el español. Sería interesante poder abordar ejercicios contrastivos para descubrir si existen diferencias sustanciales entre el uso de diversas lenguas en internet y así ver si da indicios del uso del internet por parte de diversas culturas en relación con aspectos pragmáticos.

Con respecto a la enseñanza del discurso digital en sí en el aula de ELE, se demuestra que no existe en sí un patrón para enseñarlo. Si bien en el último manual se presenta información al respecto, se da poco a poco y un tanto desorganizada. Sería importante abordar las dicotomías del discurso digital y las modificaciones morfosintácticas en más sesiones y a través de varias actividades para que así los aprendientes puedan comprenderlas y usarlas correctamente.

5. Propuesta didáctica de aplicación

5.1. Justificación de la propuesta

Como se ha podido evidenciar a lo largo de este trabajo, el discurso digital o estilo comunicativo digital se ha estudiado y se ha utilizado por muchísimos años; no obstante, como se ha señalado en el apartado anterior, no es enseñado en su complejidad en el aula de ELE. Su característica más comentada es la similitud con el estilo conversacional y la informalidad que esta conlleva. Si ya se ha planteado que el español coloquial o informal es parte importante en el aprendizaje de lenguas porque es esencial saber desempeñarse y adaptarse a diversos contextos comunicativos (Albesa Pedrola, 2021) ¿por qué no enseñar un estilo comunicativo desarrollado en un medio tan globalizado como el virtual? Para enseñarlo y utilizarlo se implementará un enfoque accional a través de las redes sociales, por ser un medio en el cual se pueden exponer más explícitamente las diferencias entre el estilo no digital y el digital. Asimismo, el estudiante será capaz de comprender el contexto habitual de uso de la lengua, podrá acceder a *input* constantemente y podrá ser un agente activo en el uso de la lengua, como los nativos.

5.2. Contextualización de la clase

El grupo objetivo serán aprendientes en un contexto no inmersivo nivel B2 de edades diversas. La decisión del nivel se basa en las conclusiones de Albesa Pedrola (2021) quien, a pesar de especificar que el lenguaje coloquial se puede enseñar desde niveles tempranos, menciona que “si nos adentramos en el mundo de la fraseología, los modismos, los neologismos, las creaciones y el léxico argótico, estamos de acuerdo con la mayoría de los investigadores en que estos deben tratarse a partir de B2 en adelante” (p. 19). Como esta unidad didáctica considerará también estrategias lingüísticas, es pertinente que los estudiantes tengan un conocimiento previo del uso de la lengua en otros contextos comunicativos y géneros discursivos no digitales.

Según el PCIC (2006), los objetivos para este nivel incluyen que en transacciones habituales sean capaces de adaptarse a la situación comunicativa en cuanto al registro y nivel de formalidad que estas requieran. Además, se espera que tengan la capacidad de argumentar y usar un lenguaje persuasivo, relacionado con la expresión de opiniones. En interacciones sociales, se espera que se desenvuelvan de manera activa alrededor de temas de su interés y sus especialidades. Para esto, cuentan con recursos lingüísticos y no lingüísticos, habilidades cooperativas y argumentativas. El

mismo documento menciona que los aprendientes ya cuentan con la habilidad de desarrollar un punto de vista individual y original a partir de artículos. El volumen complementario del MCER en español (2021) señala que los aprendientes de este mismo nivel tienen una alta comprensión lectora y audiovisual, especialmente enfocada en debates y discursos argumentativos. En cuanto a las redes sociales y al discurso digital se menciona que un estudiante con este nivel “comprende el significado de correos electrónicos personales o de publicaciones en redes sociales incluso cuando se usan algunos coloquialismos” (p. 66). Con respecto a la expresión, se especifica que los estudiantes pueden describir y defender ideas de manera clara. Además, son capaces de crear textos bosquejo antes de las producciones escritas para organizar su discurso y crear textos guía para las producciones orales. En cuanto al contenido, suelen darse discursos argumentativos en los que pueden desarrollar la ventajas y desventajas de temas de su interés con facilidad, además de aportar ejemplos para cada caso.

Se elige igualmente un contexto no inmersivo porque se realizan las actividades en un contexto digital que en sí ya está globalizado y porque el discurso digital se desarrolla en este mundo digital. Por esto, no es necesario que los estudiantes se encuentren en un espacio físico hispanohablante.

Con respecto a la edad, se puede adaptar a diversas edades; sin embargo, puede presentar dificultades para algunos grupos etarios. Estas actividades pueden ser realizadas con facilidades por nuevas generaciones y por personas hasta los 50 años, por la influencia que la tecnología ha tenido en sus vidas. No obstante, para gente mayor puede implicar algunas dificultades como la falta de familiaridad con la tecnología y las redes sociales, en particular, por la interfaz y también por su funcionamiento. También otras dificultades implican la comprensión de lenguaje digital y la adaptación de los registros en la red, por tener expectativas distintas de la comunicación que emulan al estilo no digital. En estos casos se podrían plantear adaptaciones para acercar poco a poco a estas generaciones a las redes sociales, la tecnología y el discurso digital. Para la presentación de redes sociales, se puede plantear la creación de un perfil en redes sociales para conocer conceptos básicos de estas y porque las palabras relacionadas con información personal ya las conocerán desde niveles básicos. En este caso y para mostrar o enseñar las redes, se pueden ver las versiones de las redes sociales en su lengua de origen y en la lengua meta (español) comparando dos ventanas lado a lado. También se pueden realizar las actividades en grupos en los que al menos una persona maneje con facilidad las redes, de manera que pueda ayudar a las demás.

En cuanto al discurso digital, se pueden presentar palabras con cambios lingüísticos fijos como ejemplos y pedir a estas personas que las utilicen en textos escritos a mano como primer acercamiento. Con respecto a los emojis, se pueden presentar caras que sean fácilmente reconocibles y que se usen con su emoción prototípica, por ejemplo, 😊 para felicidad. Así se puede facilitar la comprensión de los mensajes y la producción de estos. Si bien requeriría más trabajo de parte del profesor, no podemos dejar de lado a ciertos grupos etarios del aprendizaje del discurso digital, debido a la influencia que tienen la tecnología y las redes sociales en este momento a nivel global considerando su frecuencia de uso.

5.3.Requisitos mínimos para la aplicación

Se espera que el grupo-curso tenga acceso al internet en un ambiente en el que se pueda utilizar libremente, en específico a las redes sociales *X*, *WhatsApp* e *Instagram* para así poder llevar a cabo la unidad didáctica. Esto requeriría que la institución en la que se desarrolle permita al profesor abrir una cuenta en la primera y la última plataforma y crear grupos en la segunda. Asimismo, se espera que los estudiantes tengan conocimiento de estas aplicaciones, mas la manera de utilizarlas podría ser explicada por el profesor al momento de dar las instrucciones de las actividades o como ejercicio de mediación en el aula.

5.4.Unidad didáctica: “Redes sociales: antecedentes virtuales”

El título de la unidad didáctica se debe a los medios en los que se realizarán los ejercicios. Las redes sociales son actualmente el medio prototípico del discurso digital y, como esta unidad didáctica busca seguir un enfoque accional, las actividades se realizarán en su mayoría en las redes. También se busca reflexionar sobre la información que en estos medios se vierte, por ello el concepto de *antecedentes virtuales*, que alude a la permanencia de la información en la red.

5.4.1. Sección 1: Actividades de calentamiento/introducción

Para comenzar con la unidad, se separaría a la clase en grupos de máximo cuatro personas y se les presentarían los siguientes *posts* de *X* con la instrucción:

- 1) Lee los siguientes publicaciones de tres *streamers* de distintos países hispanohablantes. Si no los conoces, busca información sobre ellos en el internet y compártela como grupo.



Fig. 25 Posts de streamers hispanohablantes extraídos de X al 02 de julio de 2024.

Posteriormente, se les pediría a los aprendientes que discutan qué tienen en común estas tres publicaciones en cuanto al tema del que se habla. Para motivar a la interacción oral, se les presentarían preguntas como agentes detonadores con la instrucción:

- 2) Responde a las siguientes preguntas para comparar los *posts*
 - ¿De quiénes hablan?
 - ¿En qué persona (1era, 2da, 3ra) están escritas las oraciones?
 - ¿Cuáles son las temáticas de cada publicación?

El objetivo de estas preguntas es que los estudiantes se adentren en el concepto de extimidad, la posibilidad de hablar de asuntos personales en una red pública y a la cual muchas personas tienen acceso. Posteriormente, se establecería una actividad de interacción escrita y se les daría un enlace para acceder a una encuesta colectiva: https://x.com/Aula_De_ELE/status/1805607304252854401

La instrucción para esta actividad sería:

- 3) En grupos, reflexionen sobre la siguiente pregunta y lleguen a un acuerdo. Respondan en la plataforma y resuman su argumento en máximo 240 caracteres.



Fig. 26 Simulación de encuesta en X para interacción escrita con aprendientes de ELE.

De esta manera, se espera tener una primera aproximación a la opinión de los estudiantes sobre esta característica de las redes, pero a la vez se busca hacer un diagnóstico inicial de cómo utilizan el español en esta red social y el grado de formalidad e informalidad que le asignan a estas producciones.

5.4.2. Sección 2. La informalización del discurso

En esta sección se busca acercar a los estudiantes a las estrategias lingüísticas usadas en el texto breve. Como objetivo principal se plantea que los estudiantes comprendan los cambios lingüísticos y los contextos y registros en los que se usan habitualmente. Para ello se presenta un video que habla expresamente del lenguaje en el internet con una duración de cinco minutos. La instrucción para este ejercicio sería:

- 4) Antes de comenzar, mira la siguiente imagen. Basándote en el título y en la imagen ¿de qué crees que se habla en el video? Discútelo con la clase.



Fig. 27 Captura de video de Youtube sobre el español en el internet de InfoPrimates.

El objetivo de esta pregunta inicial es activar las estrategias de comprensión audiovisual. Es decir, que puedan hacer inferencias a partir de los elementos paratextuales presentes en la plataforma y elegidos por los emisores del mensaje. Igualmente se desarrolla la destreza audiovisual con las preguntas de la siguiente actividad:

5) Responde a las siguientes preguntas sobre el tema del video

5.1.¿Qué quieren decir los participantes de la conversación cuando mencionan que “el lenguaje está evolucionando debajo de nuestros pulgares?”

5.2.Según los interlocutores, ¿qué tiene en común la evolución del lenguaje hablado y la del lenguaje del internet?

5.3.Menciona las dos desventajas del lenguaje en el internet que señala el video.

5.4.Relaciona cada estrategia con su función según el video:

Estrategia	Función
1. MAYÚSCULAS	Ahorrar espacio y/o tiempo.
2. Signos de exclamación (!)	Expresar la intención con la que dices algo y se suelen ubicar al final de un mensaje.
3. Repetir la misma letra (Holaaa)	Hacer referencia a otro usuario.
4. Signos de interrogación (;?)	Corregir una palabra o una oración con errores ortográficos.
5. Temor a los puntos (.)	Expresar enojo, rechazo o la finalización brusca de un mensaje.
6. Mensajes individuales	Enfatizar un grito (también se usa en el lenguaje convencional escrito) y se puede repetir para intensificar el mensaje.
7. Asterisco (*)	Enfatizar una pregunta.
8. Símbolo numeral (#)	Simular la entonación de un grito en una parte específica de una palabra.
9. Arroba (@)	Escribir un mensaje largo, sin parecer descortés.
10. Abreviaciones (ntp)	Gritar en el internet.
11. Emojis, stickers y GIFs (😊)	Agrupar y encontrar más fácilmente publicaciones con un mismo tema.

En este caso, se adentra a los estudiantes a las distorsiones morfosintácticas típicas del español informal en redes sociales. La idea principal es que con el video tengan una primera aproximación a ejemplos de modificaciones y sus usos y que luego confirmen la información escuchada con la tabla.

Para continuar con la asimilación de estas, se muestra a los aprendientes una serie de estrategias extra para complementar la información ya mostrada. Si bien todas estas estrategias han sido categorizadas antes por Yus (2010) se considera inapropiado mantener la terminología para aprendientes de español por ser muy académica. Por ello, se ha optado por una breve descripción de cada caso. También, para motivar al aprendizaje autónomo, la búsqueda en el internet y la competencia digital, se insta a los estudiantes a hacer búsquedas individuales de ejemplos. En los ejercicios de transformación de oraciones de discurso digital con empleo de estrategias lingüísticas y multimodales a lenguaje formal y claro, se espera que los estudiantes desarrollen la mediación. En la actividad número siete, en particular, los aprendientes deben comprender el mensaje ya creado y luego reformularlo. Mientras que en la actividad número nueve, no solo desarrollan la mediación comprendiendo y reformulando mensajes, sino creando mensajes propios y generando así interacción escrita.

- 6) Lee los siguientes esquemas y busca producciones escritas en redes sociales que ejemplifiquen cada caso. ¿Cuáles son los casos más recurrentes? ¿cuáles son los ejemplos que más se repiten?

The figure consists of three vertical panels, each titled "ESTRATEGIAS LINGÜÍSTICAS".

- Panel 1: Visuales**
 - Includes icons of a sad face, a smiling face, and a cat wearing sunglasses.
 - Section: **Graficonos** (with an image of Homer Simpson).
 - Section: **Traducción verbal *llora***
 - Section: **Se usan para:**
 - Expresar emociones
 - Expresar ironía
 - Generar identidad de grupo
- Panel 2: Auditivas**
 - Section: **Wasap** (Escribir palabras de otro idioma con las reglas del español)
 - Section: **Textraño** (Unir palabras)
 - Section: **Apaga la lu** (Escribir como se dice)
 - Section: **PEROO!!** (Usar mayúsculas, repetir letras y signos de puntuación)
 - Section: **ke pasa** (Cambiar letras por otras con sonido similar)
 - Section: **Se usan para:**
 - Expresar emociones
 - Simular una conversación
 - Generar cercanía con el interlocutor
- Panel 3: Acortamientos**
 - Section: **ntp** (Acrónimos)
 - Section: **notis** (Abreviaciones)
 - Section: **Se usan para:**
 - Apresurar la conversación
 - Generar cercanía en una comunidad

Fig. 28 Esquema para los estudiantes con una breve explicación verbal o visual de las estrategias lingüísticas del DD.

La siguiente parte considera la informalización del lenguaje a nivel oracional. Para ello se espera que los aprendientes sean capaces de usar las estrategias antes vistas y de combinarlas si lo consideran necesario. Para ello deben desarrollar su destreza escrita con las dos actividades siguientes. Estas se revisarían individualmente por ser de respuesta libre.

- 7) Lee las siguientes oraciones y cámbialas a opiniones informales usando fórmulas de opinión y estrategias del ejercicio anterior.
- * *Las redes sociales deberían ser solo para los jóvenes.*
 - * *Las redes sociales desvirtúan el lenguaje.*
 - * *El discurso digital agiliza la comunicación.*
 - * *El contenido íntimo no debería ser público.*

* *No debería ser posible sacar capturas de pantalla a conversaciones privadas.*

8) Para cada opinión antes mencionada, reacciona a favor o en contra usando los recursos lingüísticos antes mencionados.

Ejemplo: Yo no creo que las redes también cambien el lenguaje.

9) ¿Qué piensas del uso de estrategias multimodales en los mensajes instantáneos? Intercambia ideas con un compañero a través de la red de mensajería instantánea *WhatsApp* usando estrategias lingüísticas y multimodales. Tu compañero tendrá que reescribir el mensaje que le enviaste en lenguaje formal y claro (sin estrategias) y luego reaccionar a tu mensaje con estrategias. Posteriormente, te toca a ti hacer lo mismo, escribir su mensaje en lenguaje formal y claro y volver a reaccionar. Puedes basarte en el siguiente ejemplo:

Estudiante A: Creo que los emojis sirven para expresar lo que no se puede escribir 😞

Estudiante B: Creo que los emojis sirven para expresar lo que no se puede escribir.

Lo también, pero a veces no son TAN útiles porque no son TAN transparentes y a veces hay gente que les da un significado específico, ¿no?

Estudiante A: Yo también, pero, a veces, no son tan útiles, porque no son tan transparentes. Es decir, hay gente que les da un significado específico, ¿sabes?

5.4.3. Sección 3: Contraste de registros e hipertextualidad

El objetivo de esta sección es adentrar a los estudiantes a cuestionar el uso del español en la red a través de contextos en los que se mantiene reglado y relativamente formal. El punto es demostrar que, si bien el registro coloquial o informal está mucho más expandido, el uso de uno u otro registro depende finalmente del usuario. En el texto también se presentan marcas de hipertextualidad. Con ello se busca que los aprendientes interactúen para adentrarse en el uso del español en un contexto distinto. Además de lo anterior, se aborda el léxico usado en la red, común en diversas plataformas y la destreza escrita para la producción de un *post* relacionado con el tema.

La instrucción para esta actividad es:

- 10) Ve la imagen de la siguiente noticia y saca conclusiones con tus compañeros sobre cómo crees que los políticos usan las redes sociales.



Fig. 29 Captura de imagen del artículo “La otra campaña: Así han hecho uso de las redes sociales los partidos políticos” de la versión en línea de Antena 3.

- 11) Ahora haz clic en la imagen del ejercicio anterior, lee el documento y encuentra las palabras que se adecúen a cada una de las definiciones siguientes. Luego entra al grupo de *WhatsApp* de la clase y responde a cada imagen con la palabra que crees que le corresponde. Explica de forma breve tus razones.

	Vocabulario	Definición
1.		Mensaje publicado en X que contiene texto, fotos, GIF o video. https://help.x.com/es/
2.		Nombre de una plataforma y también de un video corto publicado en esta que ofrece edición, efectos y sonidos. adaptado de https://newsroom.tiktok.com/es-latam
3.		Cadena de caracteres precedida de una almohadilla, que identifica en una red social un tema sobre el que cualquier usuario puede aportar su opinión personal. https://www.fbbva.es/diccionario/hashtag/
4.		Recurso hipertextual usado por el Partido Popular para hacer referencia al voto de las elecciones europeas.

5.		Cortometraje. Video de corta duración.
6.		Señal de tráfico que indica obligación de detenerse. https://www.fbbva.es/diccionario/stop/
7.		Recurso hipertextual usado por el Partido Popular para hacer referencia a la fecha en la que se llevaron a cabo las elecciones europeas de 2024.
8.		Saltarse o evitar algo.
9.		Algo que ha sido puesto a disposición de todos. Adaptado de https://www.fbbva.es/diccionario/compartir/
10.		Persona o entidad que cuenta con muchos seguidores o clientes, por lo que puede influir en la difusión de un producto o idea. https://www.fbbva.es/diccionario/influencer/



Fig. 30 Captura de la manera en la que se llevaría a cabo el ejercicio 10 de la sección 3.

12) Ahora relea el documento y responde a las siguientes preguntas con tu compañero en un mensaje en *WhatsApp*.

- ¿Para qué usan los políticos las redes sociales?
- ¿Qué estrategias y otros recursos del discurso digital usan en sus *posts*?
- ¿Los hashtags y los anglicismos informalizan el discurso digital? ¿Por qué crees que se usan?
- ¿Crees que hay usuarios que usan un discurso digital en registro formal? ¿En qué contextos?
- ¿Cómo se dirigen los políticos a sus lectores? ¿Se parece más al discurso escrito o al oral? ¿por qué?

13) Imagina que eres candidato/a a presidente de un país hispanohablante. Escribe *posts* para exponer tus proyectos futuros. Considera el uso de recursos multimodales e hipertextuales para apoyar tus publicaciones. Recuerda no superar los 280 caracteres. Compáralo con tus compañeros y corrige los errores morfosintácticos y pragmáticos de acuerdo con las reflexiones previas.

Ejemplo: *Durante mi periodo presidencial, invertiremos en infraestructura digital para aumentar la fibra óptica y la construcción de torres para que tú, que vives en sectores rurales y remotos, tengas mayor acceso al internet. #CarmenPresidenta #InternetEnTodasPartes*

5.4.4. Sección 4. Contraste del lenguaje no digital y digital

Esta sección tiene por objetivo abordar las características del discurso digital como la sincronicidad y la asincronicidad, la efimeridad y la permanencia, el tipo de redes (centrípetas y centrífugas). Para lograrlo, se motivará a los aprendientes a contrastar géneros discursivos similares en soportes diferentes; de esta manera, desarrollan la competencia discursiva. En consecuencia, se comparará una carta formal y un correo electrónico, una conversación cara a cara y una conversación por videollamada, además de un debate presencial y un foro de discusión. Con estas actividades, se espera que los aprendientes desarrollen la interacción oral, la producción escrita y la producción oral. Para la primera comparación se establecen las siguientes instrucciones:

14) Revisa y compara los siguientes textos y establece sus similitudes y diferencias. Considera en ambos casos, la cantidad de destinatarios posibles, la organización del texto, la información visible y no visible, la posibilidad de ver la totalidad del texto, etc.

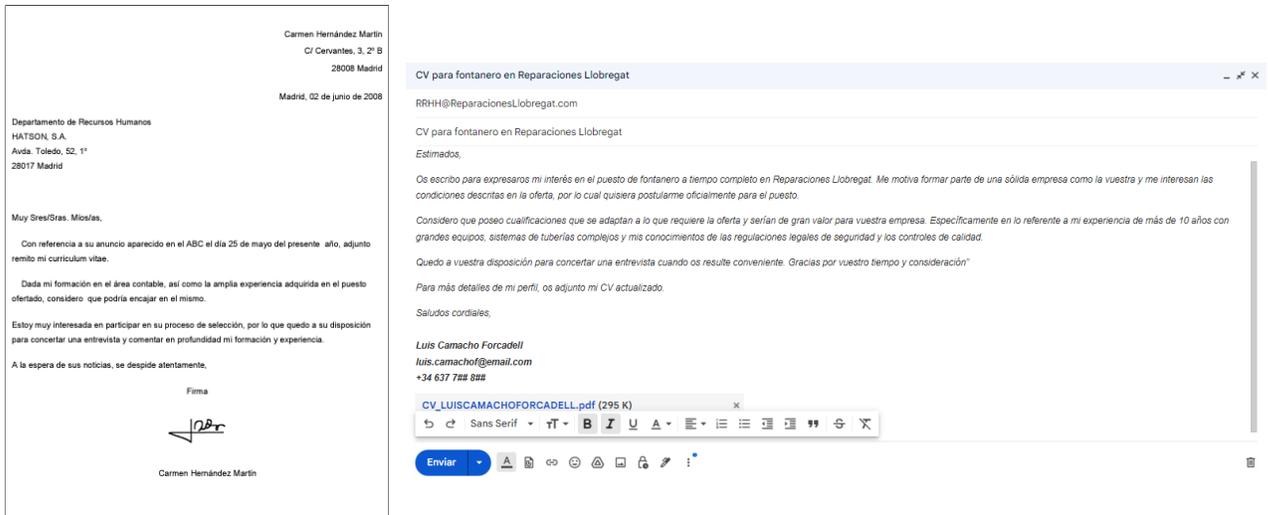


Fig. 31 Ejemplo en línea de una carta en línea y ejemplo de un correo electrónico formal.

	Carta formal	Correo electrónico
Similitudes		
Diferencias		

15) Ahora que has comparado estos textos, discute con tu compañero si son o no el mismo tipo de texto. Luego expón tu punto de vista a la clase.

16) Elige un par de estos tipos de textos y compáralos con un compañero rellenando una tabla similar a la anterior.

- a) Conversación cara a cara versus videollamada
- b) Conversación cara a cara versus interacción por mensajería instantánea
- c) Debate oral versus foro de discusión

17) Sepárense como grupo-curso en dos. Uno defenderá el discurso digital y sus ventajas y la otra mitad, el discurso no digital con sus respectivas ventajas.

5.4.5. Sección 5. Evaluación de lo aprendido con un Reel

El fin de esta sección es poder valorar si los estudiantes son capaces de diferenciar el discurso digital del discurso no digital. Para ello, en grupos de tres, tendrán que crear un *Reel*, video corto de hasta 90 segundos (About.instagram.com, 04 de julio de 2024), para Instagram. En él tendrán que exponer las diferencias entre ambos estilos comunicativos de manera creativa. En este *Reel* tendrán que demostrar el uso del estilo comunicativo digital a través de alguna de las plataformas ya mencionadas. Pueden usarlo como ejemplo o para explicar el contenido mismo. La instrucción para esto sería:

18) En grupos de tres entren al siguiente enlace y revisen cómo crear un *Reel*:

<https://about.instagram.com/es-la/features/reels>

19) Una vez que hayan visualizado las instrucciones, escriban un guion para enseñar las características del estilo comunicativo digital. Para esto, establece comparaciones con el estilo no digital y presenta ejemplos de tu misma autoría. Finaliza con una opinión grupal sobre el discurso digital.

20) Luego, hagan un *Reel* de máximo 90 segundos de duración dramatizando el guion de la manera más natural posible y utilicen al menos una vez una plataforma de las antes mencionadas (*X* o *WhatsApp*) para ejemplificar los casos o explicar visual o verbalmente la información.

La evaluación se realizaría en dos partes, una con una rúbrica que establece como puntuación máxima el número 3 y como puntuación mínima el 1. El objetivo de esto sería obtener una calificación para la institución como parte de las evaluaciones continuas para la aprobación del curso. La segunda parte correspondería a retroalimentación por parte del profesor para corregir errores y que los estudiantes sean conscientes de qué aspectos pueden mejorar.

Los criterios y los parámetros para cada puntuación se adaptan del trabajo *Criterios para evaluar la expresión oral y escrita en la clase de E/LE* de Monserrat Bores y Lorena Camacho que corresponde a las actas del *LI Congreso Internacional de la Asociación Europea de Profesores de*

Español (AEPE) llevado a cabo en Palencia, España, del 24 al 29 de julio de 2016 y publicado en el Centro Virtual del Instituto Cervantes. Si bien los parámetros del documento se basan en trabajos escritos, se adaptan en este caso para la producción oral de los estudiantes por su relación con el género discursivo presentado en el acta.

Pauta para la evaluación y calificación del *Reel*

Criterios	Descripción	1-5
Adecuación y contenido	<p>El discurso es coherente y bien estructurado.</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Integra características del DD. b) Responde eficientemente a la situación comunicativa sugerida: explicación del DD. c) Presenta las características del DD de manera clara y concisa respetando el tiempo establecido. d) Demuestra creatividad para la explicación y el desarrollo de la actividad. e) Cumple con todas las instrucciones (duración del video, contenido, uso del vocabulario, adecuación al contexto comunicativo y medio, etc.) 	
Estructura	<p>El video está bien estructurado.</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Integra todas las características aprendidas, enfatiza las ventajas y desventajas, incluye ejemplos cumpliendo con los requisitos y utiliza las estructuras vistas para la expresión de opiniones. b) Demuestra conexión textual, organización del discurso y fluidez. Enlaza las ideas con conectores discursivos para organizar el discurso. c) Los compañeros comprenden correctamente el video y su contenido. d) La estructuración del video permite seguir una línea lógica. e) Las pausas, los ejemplos y los turnos de habla corresponden con la instrucción. f) El título y la bajada del video son adecuados para el contenido y para el estilo comunicativo. 	
Vocabulario	<p>El video cuenta con el vocabulario adecuado.</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Incluye variedad léxica adecuada para el nivel B2. b) Incluye palabras que permiten una mejor comprensión del contenido. c) Usa el vocabulario aprendido a lo largo de la unidad didáctica. 	

6. Conclusiones y proyecciones

Lo primero que salta a la vista en este trabajo es la falta de información que se da sobre el estilo comunicativo digital en el aula de ELE y lo tardío que se trata en cuanto a los niveles de referencias. En un nivel C2 se espera que los estudiantes tengan ya un amplio conocimiento de la lengua, no solo en contextos habituales, sino también en contextos especializados, conocer expresiones idiomáticas y usarlas con naturalidad, además de comprender conceptos complejos de su especialidad. ¿Es esto equiparable al conocimiento del estilo comunicativo digital?

El repaso bibliográfico da cuenta de cómo con el paso del tiempo se ha ido sistematizando el estudio del estilo comunicativo digital y cómo se pueden establecer patrones claros en géneros discursivos, con respecto a su organización, el paratexto y el lenguaje usado; y estrategias lingüísticas y visuales, con respecto a sus variaciones y funciones. Esto facilitaría la explotación de los primeros y la enseñanza de los segundos en el aula de ELE. Igualmente, los aspectos pragmáticos relacionados con los interlocutores implicados en los intercambios comunicativos, la informalización y oralización del discurso en la red, la intencionalidad comunicativa y el contexto comunicativo están en constante revisión por los cambios en las redes y los usuarios que hacen uso de ellas; no obstante, gracias a las dicotomías antes establecidas por Cantamutto y Vela Delfa (2016b) ya se pueden establecer parámetros para contextualizar las producciones en la red.

A través del análisis de manuales, se concluye que poco se habla de español coloquial y poco se abordan las redes. Seguimos estancados en el correo electrónico y la tecnología avanza. El *input* del español en el internet abunda y se suele aprovechar solo en niveles avanzados. La multimodalidad, por ejemplo, es uno de los avances más importantes y aprovechados por aprendientes de español en las redes sociales a través de videos, imágenes, graficonos, etc. Debemos aprovechar estos recursos para desarrollar su comprensión lectora y audiovisual para aumentar su competencia comunicativa usando el estilo comunicativo digital en su registro más prototípico, el coloquial, ya enseñado en niveles intermedios.

Finalmente se urge al profesorado ser más partícipes del contexto virtual y enseñar cómo se usa la lengua no solo en un contexto físico y sus limitaciones, sino enseñar las facultades de la lengua en el medio digital y sus variaciones en el aula de ELE. En ello se incluye no solo la lengua en sí, sino también aspectos como las temáticas más típicas en las redes, el tratamiento que dan los seguidores a las publicaciones en la red y plantearse si se usa el mismo lenguaje y los mismos acuerdos para iniciar una interacción y para responder. Además, la mejor manera de poner a prueba

el conocimiento de los estudiantes del uso de este lenguaje es exponerlos a las redes para así enfrentarse a las ventajas y desventajas de la red. Esto incluye los aspectos relacionados a las plataformas mismas, a la señal del internet, a la distancia, el tamaño y las capacidades de los dispositivos, las posibilidades de expandir sus conocimientos a través de la búsqueda de información relacionada, del uso de hipervínculos y de la interpretación de la información encontrada.

Por esta razón, se desarrolla una unidad didáctica que aborda las habilidades lingüísticas de los aprendientes, la competencia digital y también un enfoque accional que permita utilizar el discurso digital en su medio prototípico. Entre las actividades se encuentran discusiones de reflexión sobre el uso del español en internet, mediación de oraciones de lenguaje formal y claro a discurso digital con estrategias lingüísticas y multimodales, adaptación de discursos al medio digital y comprensión de lo que implica este estilo comunicativo. Se abordan igualmente desde una perspectiva en la que los aprendientes tienen ya un conocimiento previo de lengua y conocen el funcionamiento de la tecnología. Sin embargo, las actividades pueden generar dificultades para aprendientes mayores y, en este caso, pueden adaptarse para desarrollar las competencias poco a poco con ayuda del profesor o con asistencia de una persona que las conozca. Es importante, de todas maneras, recalcar que más que ver la edad como un impedimento u obstáculo para aprender el discurso digital, debería verse como un desafío y como una responsabilidad que tenemos como profesores de enseñar. Esto porque el medio virtual está actualmente presente a nivel global y cobra más importancia día a día, por tanto, es ineludible. Dejar de lado a ciertos grupos etarios, en consecuencia, sería alienar a un grupo de una parte del uso del español que existe y no dejará de existir.

Motivar a los aprendientes, independientemente de su edad, a exponerse al español en las redes y a descifrar patrones con las herramientas que se dan en la actividad, es esencial para adaptarse a las nuevas tecnologías y a los nuevos tiempos. Es verdad que los jóvenes ya se ven expuestos a más *input* en español, por ser el grupo de mayor prestigio en la red; no obstante, conocer cómo funciona, descubrir la variedad de registros y sus usos y descubrir la influencia de los emisores en el uso y funcionamiento de las redes sociales para crear producciones en la red, puede ser también un agente motivador para usar la lengua en los medios digitales, incluso para personas que pasan mucho tiempo en línea.

Esto no debe desligar a los profesores, de todas maneras, de la responsabilidad de recordar a los alumnos que la informalización del lenguaje y las estrategias vistas se enfocan en el medio digital. Considerando la cantidad de horas que pasan los aprendientes jóvenes en internet y el constante uso de la lengua en este medio, podría generar que extrapolen los patrones digitales a medios presenciales o no digitales. Es esencial entonces, no dejar de lado la producción física de textos e interacciones. Aunque redundante, es importante recalcar que cada uso del español tiene su contexto y no pueden desligarse.

A modo de proyección, se plantea la posibilidad de establecer una competencia comunicativa digital que permita a los estudiantes desenvolverse usando la lengua en la red desde los niveles intermedios. A partir de las diversas propuestas didácticas que se hayan realizado en trabajos previos y de los estudios del discurso digital, se puede establecer un parámetro que divida esta competencia en los cuatro niveles correspondiente a los B y C, para el desarrollo de las cuatro destrezas y sus subdestrezas en un contexto digital. De esta manera deberían establecerse los parámetros más prototípicos de cada caso y, en un futuro no tan lejano, establecer una parte de la evaluación DELE relacionada con el mundo digital. Especialmente considerando la importancia que tiene el internet en el mundo globalizado que vivimos, sería importante que los estudiantes pudieran desarrollar, por ejemplo, entrevistas laborales a través de videollamadas o escribir a grupos de interés en foros o MI como *WhatsApp*.

Bibliografía

- ACQUARONI MUÑOZ, R., CONEJO LÓPEZ-LAGO, E., MARTÍN PERIS, E., SANS BAULENAS, N. (2020). *Bitácora 4 Nueva Edición Nivel B2*. Editorial Difusión.
- AMBRIZ TRUJILLO, N. E., SANDOVAL-LEGAZPI, J. DE J., ARELLANO-PANDURO, A. DE J., CÁRDENAS-FLORES, F. J. Y ROSALES-RENTERÍA, R. R. (2020). Uso de las abreviaciones en redes sociales y dispositivos móviles en estudiantes de la Universidad de Guadalajara. *Revista Iberoamericana de la Ciencias Sociales y Humanísticas*, 9(17), 103-116. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7351375>
- BLOG DE WHATSAPP. (22 de mayo de 2023). *Ahora puedes editar tus mensajes de WhatsApp*. (n.d.). WhatsApp.com. Recuperado el 11 de junio de 2024 de https://blog.whatsapp.com/now-you-can-edit-your-whatsapp-messages?lang=es_LA
- BORES, M., CAMACHO, L. (2016, 24-29 de julio). Criterios para evaluar la expresión oral y escrita en la clase de E/LE [Congreso] LI Congreso Internacional de la Asociación Europea de Profesores de Español (AEPE), Palencia, España.
- CANTAMUTTO, L. VELA DELFA, C. (2016a). Presentación del monográfico: El análisis del discurso digital en las ciencias sociales. *Revista de ciencias sociales Aposta*, 69, 9-13.
- CANTAMUTTO, L. VELA DELFA, C. (2016b). El discurso digital como objeto de estudio: de la descripción de interfaces a la definición de propiedades. *Revista de ciencias sociales Aposta*, 69, 296-323.
- CANTAMUTTO, L. VELA DELFA, C. (2020). Mensajes, publicaciones, comentarios y otros textos breves de la comunicación digital. *Revista Tonos Digital*, 1, 1-27.
- CANTAMUTTO, L. VELA DELFA, C. (2021). *Los emojis en la interacción digital escrita*. Arco/Libros-La Muralla, S.L.
- CASSANY, D. (2000). De lo analógico a lo digital: el futuro de la enseñanza de la composición. *Lectura y vida*, 21(4), 6-15. https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/21238/Cassany_LyV_4.pdf?se
- CORPAS, J., GARMENDIA, A., SÁNCHEZ, N., SORIANO, C. (2020). *Aula Internacional 4 nivel B2.1*. Editorial Difusión.
- CRYSTAL, D. (2002). El Lenguaje e Internet. *Revista de Investigación Lingüística*, 2, 173-182.
- FUNDACIÓN DEL ESPAÑOL URGENTE [Fundéu] (s.f.) *Siglas y acrónimos, claves de la redacción*. Fundeu.es <https://www.fundeu.es/recomendacion/siglas-y-acronimos-claves-de-redaccion/>

- GELABERT, M. J., ISA, D., MENÉNDEZ, M. (2011). *Nuevo Prisma C1: Curso de español para extranjeros. Libro del alumno*. Madrid: Editorial Edinumen.
- GÓMEZ SÁNCHEZ, M. E. (2019). Blogs: entre la escritura y la oralidad. En S. Robles Ávila y A. Moreno-Ortiz (Eds.). *Comunicación mediada por ordenador: la lengua, el discurso y la imagen* (pp. 145-160). Ediciones Cátedra (Grupo Anaya S.A.).
- GONZÁLEZ HERMOSO, A., ROMERO DUEÑAS, C. (2006). *Eco: Curso modular de Español Lengua Extranjera -Intensivo- nivel B2*. Edelsa Grupo Didascalía, S.A.
- GOUTI, G. (2003). Intercambios en los foros de debate: algunos elementos de reflexión para un acercamiento lingüístico. En C. López Alonso y A. Séré (Eds.) *Nuevos géneros discursivos: los textos electrónicos* (63-74).
- KOWAKOWSKA-GLUSAK, A. (2018, 5-8 septiembre). *Ciberespañol: ¿Un nuevo reto en la enseñanza de ELE?* Perfiles, factores y contextos en la enseñanza y el aprendizaje de ELE/EL2. Cursos e congresos da Universidade de Santiago de Compostela. N° 254. Santiago de Compostela, España.
- MANCERA RUEDA, A. Y PANO ALAMÁN, A. (2013). *El discurso político en twitter. Análisis de mensaje que “trinan”*. Anthropos Editorial.
- MÉNDEZ SANTOS, M. Y VELA DELFA, C. (2023). *Las redes sociales digitales en la enseñanza del español como lengua extranjera*. Arco/Libros-La Muralla, S. L.
- MONTERO CURIEL, M. L. (2019). La desincronización de la comunicación síncrona. En S. Robles Ávila y A. Moreno-Ortiz (Eds.). *Comunicación mediada por ordenador: la lengua, el discurso y la imagen* (pp. 162-180). Ediciones Cátedra (Grupo Anaya S.A.).
- MORAL, F. (2002). *Influencia social en comunicación mediada por ordenador*. (Tesis doctoral en CD-Rom). Málaga, Universidad de Málaga.
- ORTEGA REYNOSO, L. (2024). Los nuevos emojis que podrás usar en WhatsApp desde el 8 de abril. *Venga La Alegría. Tv Azteca*. <https://www.tvazteca.com/aztecauno/nuevos-emojis-whatsapp-2024-lor-notas-mt>
- PÉREZ-SABATER, C. (2024). La informalización del discurso público en X (antiguo Twitter): El discurso de los políticos y las celebridades. En C. Pérez-Sabater (Aut.), D. A. Koike y J. Muñoz-Basols (Eds.), *La informalización del discurso digital público: Reflexiones sobre el inglés y el español*. (1^{ra} ed, pp. 76-109). Routledge.
- SAMPIETRO, A. (2023). *Lengua e imagen en la comunicación digital*. Arco/Libros-La Muralla, S.L.

- SAVAGE, C. (7 de enero de 2022). Was the Jan. 6 Attack on the Capitol an Act of ‘Terrorism’? *New York Times*. <https://www.nytimes.com/2022/01/07/us/politics/jan-6-terrorism-explainer.html>
- SLUNKA URZÚA, J.D. Y HERNÁNDEZ, L.DE L. (2022). Las redes sociales y el ciberlenguaje. La comunicación a través de Instagram: un estudio centrado en más de cien sujetos. *Revista Inclusiones*, 9(2), 167-185. <https://revistainclusiones.org/index.php/inclu/article/view/3251>
- STATISTA Y STATISTA DIGITAL MARKET INSIGHTS. (24 de mayo de 2024). *Número de usuarios mensuales de redes sociales a nivel mundial entre 2019 y 2028 (en millones)* [Gráfica]. Statista. Recuperado el 01 de julio de 2024 de <https://es.statista.com/estadisticas/512920/numero-mundial-usuarios-redes-sociales/>
- VELA DELFA, C. (2021). *La comunicación por correo electrónico. Análisis discursivo de la correspondencia digital*. Iberoamericana.
- VELA DELFA, C. (2021, 21 de mayo). *¿Se puede seguir hablando de Estilo Digital? Del texto al postexto en la comunicación digital* [Conferencia]. Ciclo de conferencias: Tema: Lingüística y discurso digital. Universidad Nacional de Tucumán, En línea. https://www.youtube.com/watch?v=cx5R8XYcA44&t=1793s&ab_channel=UNTVirtual
- WE ARE SOCIAL, DATAREPORTAL Y MELTWATER (31 de enero de 2024). *Redes sociales con mayor número de usuarios activos mensuales a nivel mundial en enero de 2024 (en millones)* [Gráfica]. Statista. Recuperado el 01 de julio de 2024 de <https://es.statista.com/estadisticas/600712/ranking-mundial-de-redes-sociales-por-numero-de-usuarios/>
- WE ARE SOCIAL, DATAREPORTAL Y HOOTSUITE. (31 de enero de 2024). *Tiempo medio empleado a diario por los internautas en las redes sociales a nivel mundial entre 2012 y 2023 (en minutos)* [Gráfica]. Statista. Recuperado el 01 de julio de 2024 de <https://es.statista.com/estadisticas/513084/cantidad-tiempo-uso-diario-redes-sociales/>
- WIKIPEDIA. (S.f.). *Wikipedia*. Recuperado el 28 de junio de 2024 de <https://es.wikipedia.org/wiki/Wikipedia#:~:text=Es%20una%20enciclopedia%2C%20ente%20nida%20como,Es%20de%20contenido%20abierto.>
- YUS RAMOS, F. (2010). *Ciberpragmática 2.0. Nuevos usos del lenguaje en Internet*. Ariel letras.