

Análisis Pragmático y Lingüístico de los Comentarios en la Prensa Digital*

Pragmatic and Linguistic Analysis of Replies in Online
Newspapers

Choi, Hong-Joo**

〈Abstract〉

This work aims to describe pragmatic strategies and linguistic features of replies that occur in the comment section of online newspapers. The dominant media in this digital age is the Internet and its rapid development and expansion of use have contributed not only to the change of the form of production of journalistic texts, but also to the consumption of those texts. In the past, the news was transmitted in a unidirectional way but now readers of online newspapers do not remain passively reading the articles. They actively participate in the exchange of opinions with other readers. The individual consumption of journalistic texts has become a collective and social act. The purpose of the study is to investigate the communication intention of the users of comment sections and analyze the linguistic formulation of replies. We attempt to discover

*This work was supported by the National Research Foundation of Korea Grant funded by the Korean Government (NRF-2012S1A5A8023251).

** Departamento de Español y Estudios Latinoamericanos, Universidad de Ulsan,
Correo electrónico: hongjoos@ulsan.ac.kr

specific aspects of replies and responses for online newspaper articles, considering them as an independent type of Computer Mediated Communication (Internet Mediated Communication). Observing language attitudes appearing in the electronic environment and discovering the characteristics of the Spanish language on the Internet will allow us to contribute to understand the theoretical aspects related to the CMO better.

Key Words: Reply, Online Discussion, Online Journals,
Computer-Mediated Communication, Cyberpragmatics

I . Introducción

El medio dominante en esta era digital es Internet y su rápido desarrollo y expansión de uso han contribuido no solo al cambio de forma de producción de textos periodísticos, sino también al consumo de aquellos textos informativos. En tiempos pasados, las noticias eran transmitidas de manera unidireccional pero en la actualidad los lectores de periódicos digitales no se quedan pasivamente leyendo los artículos, sino que participan activamente en el intercambio de opiniones con otros lectores. El consumo individual de los textos periodísticos se ha convertido en un acto colectivo y social. El presente trabajo pretende describir estrategias pragmáticas y rasgos lingüísticos de los comentarios que aparecen en los diarios digitales como un tipo de texto dentro de la *ciberdiscursividad*.

Las formas de aproximarse a los textos que se producen en la Red pueden ser compendiadas en dos rótulos: uno de *nivel micro-social de la*

interacción y otro de *nivel macro-social de la interacción*. Según Yus (2008), en el nivel micro-social, las interacciones mediante Internet se analizan desde el punto de vista de la relación entre oralidad y escritura, del papel del elemento visual, de las estrategias de producción y recepción de mensajes, del papel de la información contextual en la calidad de las interpretaciones y, por último, del papel de la intencionalidad y la importancia de los supuestos (culturales, discursivos, etc.). Desde la aproximación *macro-social de la interacción*, podemos indagar en la relación entre lo físico y lo virtual, en el papel de las redes sociales (físicas, virtuales o amalgamadas) y en los nuevos fenómenos sociales (la tendencia a la hibridación en las fuentes grupales, la relativización del espacio físico, el creciente papel del sujeto como nodo de interacciones en diferentes redes de interacción) (Yus 2008, 1).

Esta clasificación coincide con el planteamiento metodológico de la presente investigación, ya que la primera se centra en lo lingüístico y la segunda, en lo cognitivo. La finalidad del estudio es explorar los objetivos comunicativos que persiguen los usuarios de la sección de comentarios de la prensa digital y analizar la formulación lingüística desde el punto de vista de las interacciones que se realizan. Los comentarios que aparecen en el espacio ofrecido por la prensa digital se caracterizan por ser una escritura dialógica, aunque se aprecian también textos monológicos. Asimismo, para describir de forma completa las características de los textos que se registran en la sección de comentarios es necesario analizar los datos no solo desde el punto de vista lingüístico, sino también desde el punto de vista cognitivo. En lo que concierne al análisis cognitivo, es de interés clasificar

los comentarios según el grado de relación tanto con el artículo periodístico como con los comentarios ya expuestos de otros lectores para indagar en la tipología de los comentarios. El clasificar la tipología de los comentarios recopilados significa analizar los patrones de interacción. En este estudio se presentará, como primera parte de la investigación sobre los comentarios registrados en la prensa digital, el resultado del análisis pragmático y lingüístico.

II. Comunicación Mediada por Ordenador

Sin duda alguna, Internet es el canal más potente que conecta a las personas y sus opiniones. La interacción comunicativa a través de este canal se denomina Comunicación Mediada por Ordenador (*Computer Mediated Communication*) o Comunicación Mediada por Internet (*Internet Mediated Communication*). Dependiendo de los objetivos y funciones de la actividad que queramos desarrollar, podemos contar con varias herramientas que permiten la creación de espacios comunicativos. Los contextos de interacción virtual son el chat, el correo electrónico, las listas de distribución, los foros de debate y los blogs. Las aplicaciones de este tipo de comunicación se dividen en dos grandes grupos: comunicación sincrónica y asincrónica. Como es lógico, la principal característica de una comunicación sincrónica es que los interlocutores están conectados al mismo tiempo y dialogan en tiempo real: el mensaje instantáneo, el chat, etc. En cambio, la comunicación asincrónica se establece sin la necesidad de que los interlocutores estén conectados al mismo tiempo. Los participantes se

comunican entre sí en cualquier momento. Disponen del tiempo que deseen para reflexionar, hacer comentarios o contribuciones en discusiones grupales. El correo electrónico, los foros y las listas de distribución son aplicaciones básicas de la comunicación asincrónica.

Esta nueva forma de comunicación complementa o sustituye a las formas de interacciones existentes hasta ahora. Algunos investigadores, como Dresner y Dascal (2001,1), llegaron a afirmar que la comunicación que establecemos con otras personas no se realiza ya con el ordenador sino *mediante* de él. Entonces, desde el punto de vista lingüístico e interaccionista, podemos hacer la siguiente pregunta: *¿estamos ante una forma totalmente nueva, que nunca ha existido hasta ahora?* La respuesta podría ser tanto afirmativa como negativa. Los cambios tecnológicos influyen inevitablemente en las actitudes lingüísticas y en las estrategias empleadas en el uso del lenguaje. Sin embargo, esto no significa necesariamente que desaparezca, al realizar una actividad comunicativa a través de la Red, la premisa inicial que subyace en toda actividad comunicativa humana, como la búsqueda de información y el funcionamiento automático del proceso inferencial del destinatario para extraer la información más relevante del enunciado del emisor. Es decir, toda la actividad comunicativa, incluida la CMO, se produce conforme a una determinada competencia lingüística y pragmática compartida. Según Yus (2001, 55), que se apoya en la Teoría de la Relevancia (Sperber y Wilson 1986), esto se debe a que “la secuencia interpretativa del oyente consiste en descodificar la forma lógica del enunciado del hablante, enriquecerla contextualmente hasta llegar a la proposición expresada por el hablante y, finalmente, con la ayuda de la

información contextual, determinar si dicha proposición es lo que desea comunicarse (explicatura) o si desea que ésta sirva de premisa para la extracción de una interpretación implícita del enunciado”.

No obstante, las posibilidades de contextualización y los requisitos y resultados de una comunicación realizada en un espacio virtual no pueden ser equivalentes a los de la comunicación cara a cara, en tiempo real. En este sentido, Yus (2001, 51) señala que existen limitaciones discursivas propias de este sistema de comunicación. Además de la importante reducción de la riqueza contextual presente en los intercambios conversacionales podemos observar otras limitaciones:

- la ausencia de indicadores de la intención en la comunicación,
- el desfase temporal entre el habla y la escritura,
- la ausencia de referentes en los usuarios (sólo el apodo aparece en la pantalla),
- la ausencia de información sobre la actividad del interlocutor (un usuario no sabe si la otra persona está escribiendo un texto para mandárselo o ha rehuído conversar con él),
- la profusión de textos inútiles (abundancia de saludos, despedidas, constantes correcciones y aclaraciones, etc.),
- la ausencia de un historial en la conversación (Yus 2001, 51).

La rapidez con la que se transmiten los mensajes escritos, el carácter asincrónico y la posibilidad de acceso colectivo al mensaje son elementos que definen la comunicación realizada en la Red como una nueva forma de

interacción humana. Pero, al mismo tiempo, la interacción virtual por Internet revela el carácter dialógico y oral en el soporte escrito con sus propios códigos de funcionamiento.

La comunicación mediante Internet y los textos generados en el espacio virtual forman un amplio campo de estudio en el que se concentran varias posibilidades de investigación. De hecho, se están llevando a cabo estudios desde diversos ángulos: el valor de la nueva forma discursiva (Herring 1996, 2001) y su futuro (Kim y Kim 2001), la revisión sobre la polarización de grupo y la CMO desde el punto de vista del anonimato y de la presencia social (Suh, Im, Shim y Suh 2007), el análisis comparativo con la comunicación cara a cara (Han 1996), el prototipo y la particularidad de los usuarios (Oh, Kim y Kang 2000), etc. Las investigaciones sobre los comentarios o las opiniones que escriben los usuarios de la prensa digital se dividen en tres temas: el periodismo digital, la interactividad comunicativa y el análisis lingüístico de los textos digitales. Como la mayoría de aquellos estudios ha sido regida por el ámbito del periodismo digital, los intereses se limitan al grado de satisfacción de los usuarios de la sección de comentarios o al efecto que generan los comentarios en otros usuarios. Pero existen estudios que examinan los comentarios de la prensa digital coreana desde la perspectiva lingüística. Por ejemplo, Kwon (2003) analiza el estilo, la estructura oracional y la organización discursiva (la manera de dirigirse a los interlocutores), mientras Cho (2008) los revisa desde el punto de vista de la tipología textual. Se puede citar también la investigación de Lee (2008), que presenta el resultado del análisis del caso de la variación lingüística de la lengua coreana en la comunicación mediada

por ordenador.

En lo que concierne a la lengua española, son muchos los estudios que los analizan pero son pocos los que se enfocan en sus propiedades lingüísticas. Las investigaciones sobre el estado, dimensión y alcance del uso de la lengua española en Internet están orientadas hacia parámetros socio-económicos, estadísticos y políticos. Están centradas, especialmente, en el aumento del acceso público a la Red y en el valor económico que poseen las páginas en lengua española frente al avance del inglés en Internet (Marcos Marín 2000, 2006; Millán 2001). No obstante, desde que Yus (2001) acuñó el término *ciberpragmática* para aplicar el aparato teórico de la pragmática al discurso de los usuarios de Internet comenzaron los intentos para descubrir las peculiaridades de la comunicación que establecen los usuarios en el espacio virtual. Recientemente, el autor presentó *Ciberpragmática 2.0* (2010), que nos invita a conocer cambios lingüísticos debidos al desarrollo y la expansión de Internet durante esta última década, aplicando la pragmática cognitiva al estudio de los discursos de masas. Aquí se presentan algunos temas interesantes que han sido tratados: la interactividad y la cortesía lingüística en el espacio virtual (Alcoba Rueda 2002), la influencia del aumento del uso del correo electrónico en español y las soluciones a los problemas de la transferencia de caracteres internacionales (Ibañez 1997; García Gabaldón 2003), la organización discursiva en grupos de discusión electrónicos (Espinosa Villarreal 1999; Araújo e Sá y Melo 2003; Gouti 2003).

2.1 Sección de comentarios en la prensa digital

Es de interés reflexionar, aunque somera y brevemente, sobre la prensa y su nuevo soporte, Internet. Los últimos avances informáticos han originado un cambio en los hábitos de consumo de información periodística. Por un lado, los medios en línea imponen la información fragmentada frente a los modelos de acceso lineal y argumental de los medios convencionales. Esto se debe a la necesidad congénita de este nuevo medio: distribuirse rápidamente para un consumo rápido. Por otro lado, la aparición de los cibermedios ha contribuido a la ampliación de la oferta informativa de proximidad y a establecer vías de participación ciudadana (López García 2008, 8). Este punto es el que nos interesa. Internet ha cambiado tanto la forma de producción de textos periodísticos como el consumo de aquellos textos informativos. Los periódicos digitales les ofrecen a los lectores la posibilidad y la libertad de participar de forma activa en el intercambio de opiniones con otros lectores. El consumo individual de los textos periodísticos se ha convertido en un acto colectivo y social.

Pese a que se está aumentando a un ritmo vertiginoso el número de usuarios de la prensa digital en las comunidades de habla hispana¹, no ha sido posible encontrar un estudio lingüístico que trate exclusivamente los comentarios que se registran en los diarios en línea. Existen estudios que analizan intercambios de grupos de discusión electrónicos (Núñez, Gálvez y

¹ Como un ejemplo, es de interés presentar unas cifras de España. Según el dato publicado recientemente (marzo de 2014) por *comScore* (<http://www.comscore.com>), que es un referente de medición de los visitantes a medios de comunicación *on-line*, existen unos 27,2 millones de lectores de diarios digitales y más del 70% de ellos lo hacen a menudo desde dispositivos móviles.

Vayreda 2003; Gouti 2006). Entre ellos, podemos citar las investigaciones de Pano (2008a, 2008b) en las que los comentarios registrados en la prensa digital aparecen como un ejemplo más dentro del marco analítico de los foros de debate. Para completar este panorama, proponemos considerar la sección de comentarios del periódico en línea como una aplicación o un género más de la CMO y analizar los textos desde el punto de vista de las estrategias comunicativas y de las producciones lingüísticas.

Para fundamentar en la necesidad de considerar los comentarios como un tipo de aplicación de la comunicación virtual, se intenta a revisar las características técnicas de otras aplicaciones similares: listas de distribución y foros de discusión o debate. Las listas y los foros de debate son homogéneos desde el punto de vista tecnológico: se basan en el correo electrónico y ofrecen soporte a un intercambio rápido de opiniones en línea. A partir de un tema central, los usuarios formulan consultas, expresan opiniones, comentan novedades bibliográficas, anuncian cursos y congresos, difunden ofertas de empleo y ofrecen direcciones útiles de otros foros o espacios de Información en Internet (Cruz Piñol 1999). Pero presentan una serie de diferencias que se deben, en gran parte, al tipo de usuario, al interfaz de los programas utilizados, a los temas, a la influencia que cada participante ejerce sobre los interlocutores a través de propuestas (Pano 2008, 145). El número de participantes de una lista es limitado. Los participantes de listas están más o menos cohesionados, con lo cual, los mensajes llegan solamente a los que están suscritos. En cambio, los comentarios de los foros son accesibles a cualquier público que los quiera leer, ya que no es obligatorio estar registrado.

Entonces los comentarios que se registran en los medios de comunicación se asimilan a los mensajes intercambiados en los foros de debate. No obstante, basándose en el resultado del análisis del presente trabajo, conviene diferenciar los comentarios de los foros de debate. Se debe a las variables tanto dependientes como independientes: la presencia del moderador, la subsistencia y el parasitismo de los textos, la voluntad de interacción de los participantes. En el apartado que se presenta el resultado del análisis, se profundizará en estas características que distinguen los comentarios de los foros de discusión. De ahí que este estudio intente explorar los aspectos inherentes de los comentarios del diario digital, considerándolos como una aplicación más, a través de un análisis pragmático y lingüístico. Observar actitudes lingüísticas que se generan en el medio electrónico y descubrir características de la lengua española en Internet nos permitirá contribuir a completar los aspectos teóricos relacionados con la CMO.

III. Metodología

Uno de los principales objetivos de esta investigación es hacer una modesta contribución al ámbito investigador correspondiente a través de la presentación de datos lingüísticos reales de los comentarios que se registran en la prensa digital. Para ello se recolectaron los datos durante unos meses realizando una observación continua. Según la metodología ampliamente empleada en los estudios del periodismo digital, las formas de acopiar los comentarios pueden ser dos: muestreo del artículo o muestreo de los

comentarios (Na y Lee 2008, 23). La presente investigación sigue la primera, que consiste en seleccionar previamente el artículo y recoger los comentarios pertenecientes a él. La recopilación ha sido realizada a través de la sección de *Lo más visto* de la edición digital del diario español *El País*². La razón por la que se opta por el muestreo del artículo y por la que se toma dicha sección como medio principal para elegir los artículos se debe a la medición cuantitativa. Los artículos más leídos suelen tratar temas de actualidad polémicos o interesantes para la audiencia, con lo cual, se registrarán más comentarios que otros. Una de las características más destacadas de la prensa digital es que les ofrece a los lectores una mayor libertad de elegir la noticia a la que quieren acceder. La lectura resulta activa y dinámica. Los usuarios de diarios electrónicos eligen las noticias que les interesan y los leen de forma detenida y profunda. La hipótesis que se plantea es que tomar como muestras los artículos más leídos nos permitirá observar las reacciones de los lectores más variadas en la sección de comentarios y esto llevará a provocar debates o intercambios de opiniones más animados.

Desde julio de 2012 hasta enero de 2013, se han seleccionado unos 42 artículos con sus comentarios. Hemos elegido la edición digital del diario El País como objeto de análisis porque ofrece una especie de red social o medio de comunicación que se denomina *Eskup*³.

2 www.elpais.com

3 <http://eskup.elpais.com/Estaticas/ayuda/quees.html>



<Fig. 1>

Como se puede observar en la figura que sigue, dicha red cuenta con una herramienta muy útil (*Ver comentarios en modo de conversación*) para observar el carácter dialógico de los comentarios escritos en el soporte electrónico:



<Fig. 2>

Al realizar una investigación sobre la comunicación en entornos virtuales, especialmente, sobre las características de la comunicación a través de los comentarios, es necesario asumir y entender los límites metodológicos. Los textos son extensos cuantitativamente y no están estereotipados o estandarizados cualitativamente, ya que la sección de comentarios es un espacio donde se invita a los lectores a debatir e intercambiar opiniones sobre una noticia de forma informal y libre. Además, los comentarios aparecen muy rápido, es decir, el intervalo del registro es corto. Hay que considerar, también, el carácter abierto o perdurable de la sección de comentarios. Los comentarios recopilados de un artículo para el análisis no pueden representar su totalidad, ya que, mientras siga “vivo” en el espacio virtual el artículo correspondiente, la producción de comentarios tampoco se suspende. Entonces es oportuno advertir que el análisis no se centra en las cifras estadísticas, sino que es de interés observar la tendencia general y los comentarios en sí.

IV. Resultado del análisis

4.1 Aspectos técnicos y funcionales

Con el fin de realizar la descripción técnica del funcionamiento de la sección de comentarios, se presenta un ejemplo. Son una parte de comentarios registrados del artículo “Siete razones para inhabilitar al juez Garzón” de *El País* (9 de febrero de 2012):



<Fig. 3>

La mayoría de los soportes de este tipo de espacio se crea en lenguajes PHP, ASP.NET o Java y las opciones o funcionalidades más básicas se limitan a los mensajes sólo con texto, mientras que los más avanzados facilitan la inclusión de dispositivos multimedia (Pano 2008b, 143). Son varias las condiciones de acceso. En el caso de *El País*, que es nuestro objeto investigador, es suficiente con insertar los datos en el formulario predispuesto en la página de la noticia que se está leyendo: nombre, correo electrónico, página webblog. Si el usuario desea, puede mostrar sus datos, como su verdadero nombre, en el comentario pero suele aparecer un apodo. Y el paso siguiente es exponer su comentario en la ventana que aparece en el formulario. Pese a que se aprecian diferencias del interfaz

entre los medios de comunicación que ofrecen este tipo de espacio, los índices hipertextuales son similares. Los textos están presentados en orden anticronológico, del más reciente al más lejano en el tiempo.

Como se observa en el ejemplo presentado, a los mensajes presentados les siguen las opciones de *Responder*, *Más opciones*⁴, la fecha y la hora del envío del comentario. En este caso el sistema facilita la forma de contestar directamente a otro participante con la opción de *Responder*. Ya se ha mencionado, en la parte de la metodología, que la versión digital de *El País* dispone de una red interna *Eskup*. Los lectores pueden hacer uso del espacio creado por la redacción o por otro usuario para “dialogar”. Los comentarios no se aíslan, sino interactúan. En el caso de que el sistema no ofrezca la opción de contestar directamente al comentario de otro usuario puede: 1) utilizar *tú* en el mensaje de respuesta inmediata o incluir el nombre de la persona a quien se dirige o su número de comentario al inicio del mensaje; 2) escribir a quien muestra el correo electrónico y dialogar con esta persona privadamente (Pano 2008a, 33-34). La expansión de los textos también varía pero suele ser unos quinientos caracteres como máximo. En el caso de *El País*, los mensajes pueden tener un máximo de 280 caracteres. Pero, además de texto, puede elegir la opción de adjuntar imágenes, subir vídeos y publicar en cualquier tema abierto al que estamos apuntados para escribir. Se puede editar mensajes una vez publicados o borrarlos.

Se acaban de exponer los aspectos técnicos de la sección de comentarios. Ahora se va a proceder a un análisis funcional. Como se

4 Si hace clic en esta opción, podemos guardar el enlace permanentemente.

puede apreciar en la Fig. 3, la sección de comentarios de la versión digital del periódico es un dispositivo híbrido de comunicación interpersonal de masas. Este tipo de espacio es ofrecido como un complemento de un sitio web e invita a los lectores a discutir o exponer sus opiniones en torno a las noticias publicadas. Los comentarios son réplicas de un artículo periodístico o de opiniones de otros lectores, es decir, es un intercambio masivo de mensajes en forma de texto escrito. Los participantes expresan el propio punto de vista sobre temas de la actualidad. En este sentido, son similares a los comentarios de los críticos de la prensa tradicional. Sin embargo, la mayoría de los participantes que envía los comentarios a la prensa digital no es experta, sino expone su punto de vista de forma improvisada. Además, suelen ser interacciones destacadas por una fuerte emotividad. Es la razón por la que se aprecia una gran variedad, tanto del contenido y como de la forma, que dificulta revelar un patrón estructural y organizativo.

Ya hemos propuesto (véase 2.1.) considerar la sección de comentarios del periódico digital como una aplicación o un género más de la CMO y se han revisado las características técnicas de otras aplicaciones similares: listas de distribución y foros de discusión o debate. Si las recordamos, los foros de debate se diferencian de las listas de distribución en el tipo de usuario, el interfaz de los programas utilizados, los temas, la influencia que cada participante ejerce sobre los interlocutores a través de propuestas. Y mientras que los participantes de listas están más o menos relacionados, los comentarios de los foros son accesibles a cualquier público. Teniendo en cuenta dichas características, los comentarios registrados en la prensa digital

se aproximan más a los foros de debate. No obstante, creemos necesario hacer una distinción con el fin de tratarlos como un tipo de aplicación de la comunicación virtual. Los comentarios de la prensa digital se diferencian de los foros de debate en los siguientes aspectos: *nivel de moderación, dimensión espacial, carácter parásito.*

En primer lugar, según Pano (2008b, 145), los foros de debate tienen una duración determinada por el moderador en función del interés o de actualidad de ese mismo tema. No obstante, en la sección de comentarios del periódico digital no está impuesta una duración determinada, sino que es de índole permanente, puesto que mientras siga “vivo” el artículo en la Red, los comentarios registrados para él coexistirán. Además, no existe un moderador. El sistema expone a los lectores solamente la información y el tema necesarios, es decir, los artículos periodísticos, para que participen. En segundo lugar, los comentarios de los medios de comunicación digital se diferencian de los de foros de debate en la dimensión espacial. Puede que surjan desacuerdos al respecto. Sin embargo, según hemos investigado, en la sección de los comentarios de la prensa digital el intercambio de opiniones se realiza de una forma más abierta y masiva. Los dos pueden ser considerados como un espacio público y no es necesario estar suscrito para acceder a los mensajes. Pero se diferencian en el perfil de los participantes. En general, los grandes grupos de discusión en la Red son foros especializados como TIC (Tecnologías de la Información y de la Comunicación) del Centro Virtual Cervantes⁵ o Foros de Debate de Motos⁶, por ejemplo. Esto significa que los que participan en este tipo de foros

5 <http://cvc.cervantes.es/foros/default.asp>

6 <http://www.guitarristas.info/foros>

están previamente vinculados, puesto que comparten un interés específico por el que se suscriben para dar sus opiniones. En cambio, la amplitud con la que los medios de comunicación cubre a los lectores, tanto en formato escrito como en nuevo soporte, es mucho mayor, ya que ofrecen temas de actualidad política, social, cultural o económica, que le interesan a todo el público. Debido a esa mayor dimensión espacial, en la sección de comentarios de la prensa digital, se registran más mensajes publicitarios, los *troles* (usuarios que tienen el único objetivo de molestar a los demás) o los *leechers* (usuarios que aprovechan el anonimato para crear cizaña). Por último, a diferencia de los foros de debate, la sección de comentarios se define por su carácter parásito y secundario. Los participantes no se reúnen precisa y únicamente para dar sus opiniones acerca de un tema, sino que el primer objetivo por el que visitan a la página web del periódico digital es leer las noticias. Y, según el interés de cada uno, accede a la sección de comentarios para conocer la opinión de los demás y, si quiere, expone su reflexión personal respecto al tema del artículo o a los comentarios ya expuestos. Así pues, siguiendo a dichas particularidades descubiertas, en la presente investigación se toma los comentarios que se registran en los medios de comunicación en línea como una aplicación independiente de la CMO y se procede a examinar sus principales aspectos pragmáticos y lingüísticos.

4.2 Aspectos pragmáticos y lingüísticos

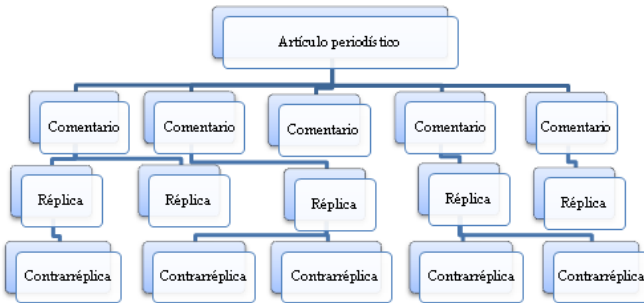
El apartado anterior lo hemos dedicado a revisar propiedades técnicas y funcionales. Es un paso previo para aplicar el marco pragmático al análisis

de los comentarios, ya que nos permite entender el carácter genérico de la sección de comentarios y pasar a esbozar las reglas o estrategias que determinan las interacciones que se realizan en ella. Junto al análisis pragmático, vamos a intentar atender a los rasgos lingüísticos, puesto que, como bien señala Pano (2008b, 13), son “rasgos que se relacionan con la tendencia creciente al diálogo y la escasa planificación del enunciado así como con el carácter muchas veces informal de los intercambios [...] Estos rasgos son además definidores de la identidad y de la comunidad en la Red”. El punto clave que determina los comentarios es el carácter dialógico en el soporte escrito digitalizado. Hay que observar cómo los usuarios intentan contextualizar la conversación prototípica cara a cara en el espacio virtual, buscando formas alternativas. Se presenta el resultado del análisis desde tres perspectivas organizativas textuales: organización colectiva, organización dialógica, organización estratégica.

Organización colectiva

El discurso realizado en la sección de comentarios se constituye de forma colectiva. Es una interacción entre masas. Esto se debe a que, a diferencia de lo que ocurre en una conversación cara a cara, la tecnología permite la intervención de varios participantes al mismo tiempo, con lo cual, cualquiera puede intervenir en cualquier momento. De ahí que el desarrollo de intercambio de mensajes sea multidimensional. La compleja organización del orden y el ritmo de las intervenciones son factores que determinan los comentarios que aparecen en los medios de comunicación digitales. Tal y como indica la figura que sigue, es una cadena de pares adyacentes, es

decir, una continua producción de réplicas y contrarréplicas:



<Fig. 4>

Los mensajes que los usuarios constituyen colectivamente son una mezcla entre intercambio de información y discusión⁷:

(1) parris

en españa hay un trabajador de la administración pública por cada 15 habitantes, con lo que en la unión europea está sólo por delante de austria, italia y portugal. en cambio, los países nórdicos cuentan con más empleados públicos



[El Gobierno facilita los despidos colectivos en la Administración]

Fecha: 30 OCT 2012 - 11:19 CET

Lugar: Madrid

7 Los comentarios presentados son fragmentos y no han sido modificados.

http://economia,elpais.com/economia/2012/10/30/actualidad/1351588770_264660.html

(2) miker

Detras de otros tantos, como muchos que conozco, hay una familia normal para tí, es decir: padre, madre y herman@s. Es más, detrás de alguno que conozco, hay una familia del PP de barrios adinerados de la capital ¿Me lo explicas? De hecho, es que todos los gays que conozco provienen de unidades familiares compuestas por padre, madre y herman@s ¿Me lo explicas?

shai

Yo te lo explico con una palabra “propaganda”.... La homosexualidad puede que sea natural, no soy experto para negarlo ni afirmarlo, lo cierto es que parece ser que a los poderes que mueven este mundo le interesa individualizar al ser humano y la homosexualización es el culmen de ese proyecto. Lo que vengo a decir es que se promociona y se potencia desde los mass media la homosexualidad, quitando cada vez mas peso a la hipótesis de que sea una cosa natural 100%..

miker

Tu teoría de la “propagandización”, que es respetable como cualquier teoría propia, me parece un poco corta, ¿Por qué? Porque la publicidad, a día de hoy, no puede llegar a influir tanto sobre una persona como para, “de repente”, convertirla en homosexual o en hetero. Si te refieres a que hoy en día, se habla muchísimo más de los homosexuales que hace 50/40/30/20/10 años, es algo evidente, proceso de la teórica normalización del colectivo. En el momento en el que el proceso se normalice, pasará a tratarse como algo más. Creo yo

shai

La publicidad ha dominado tu vida desde que naciste. Busca información de “el juicio de los gustos” verás que nada de lo que nos gusta es natural, todo ha sido inducido por aprendizaje e imitación. Ahí es donde entra la ingeniería mediática. Esta sociedad tan podrida de la que disfrutamos es inducida a costa de que nos han enseñado a adorar a nuestro dueño...

[De chico a chica en dos minutos]

Lugar: Madrid

Fecha: 18 ENE 2013 - 19:57 CET

http://sociedad.elpais.com/sociedad/2013/01/18/actualidad/1358533780_855795.html

Organización dialógica

Los comentarios que aparecen en el espacio ofrecido por la prensa digital se identifican por escritura dialógica, aunque se observan también monólogos. Como bien señala Gouti (2006)⁸, los comentarios son un modo híbrido de comunicación, en los que las modalidades de realización tienen rasgos característicos tanto del canal escrito como del oral:

(3) cactusrey20

mira, te engañas tu mismo. Elba Esther Gordillo, que es dirigente del más poderoso Sindicato en México (de Maestros), se ha perpetuado en el Poder no por obra del Gobierno sino por la bola de flojos y parásitos que se dicen “maestros” para obtener sus beneficios: aviadores (solo cobran no asisten a dar clases) cobrar por enseñar uno o dos días a la semana porque los demás días se los toman de descanso, etc, etc, ¡ Donde está que el Gobierno los impopne ? la gente golfa que solo ve por sus intereses es la que los mantiene en el poder. Cada quien ve por sus intereses. Yo veo por los míos, por eso estudio y trabajo para no tener que depender de nada ni de nadie, ,

javali_

No me asusta la maldad de los malos, me aterroriza la indiferencia de los buenos, Mahatma Gandhi

realista

8 http://elies.rediris.es/elies24/gouti_cap1.htm

A mí me aterroriza la falsedad, la soberbia, la ignorancia y la ineptitud de los políticos.

realista

Nada de lo que sucede actualmete en el mundo es casual,.....

[Enrique Peña Nieto anuncia un plan de lucha contra el hambre en México]

Lugar: México

Fecha: 21 ENE 2013 - 23:40 CET

http://internacional,elpais.com/internacional/2013/01/21/actualidad/1358808025_182770.html

Una de las modalidades que designa los comentarios como una escritura dialógica es el uso de los pronombres que señalan al destinatario de los enunciados y que llaman la atención del interlocutor. Según el resultado de análisis, la aparición de *tú* y *usted* es frecuente en las discusiones. Es el caso del intercambio bipolar en el que el destinatario del mensaje sea un participante específico:

(4) morrina

Pero tu estas bien? Te leo y no me lo creo, que te has tomado? Jajaja

gandy15

pues nada ahí te quedas con tus tonterias, mongolo

xincander

El único gay moro en este foro soy yo

gandy15

tu eres tonto, y en tu casa no lo saben

morrina

Jajaaj veo que no te aclaras con lo que te gusta jajaja

[Las ardientes fiestas francesas]

Lugar: París

Fecha: 5 ENE 2013 - 18:35 CET

http://internacional.elpais.com/internacional/2013/01/05/actualidad/1357407342_909772.html

(5) **pinina**

El PP no pretenderá hecharse flores por habernos hecho definitivamente pobres europeos. Europeos oprimidos para tapar la corruptela perpetuada por políticos corruptos del PP y Psoe -Financieros que siguen embolsándose dinaerales a costa de nuestro bolsillo, nuestro techo, nuestra comida, Canallas

tudiquesi

¿Ha leído Vd, bien el titular de la noticia? Se lo reescribo: Los convenios de 2012 se cerraron con la menor subida salarial en 30 años. ¿Se puede saber qué pinta el PSOE en todo esto? Seamos un poco serios, por favor, que la demagogia barata no ayuda al entendimiento.

[Los asalariados sufren el mayor retroceso de poder adquisitivo desde 1982]

Lugar: Madrid

Fecha: 11 ENE 2013 - 23:39 CET

http://economia.elpais.com/economia/2013/01/11/actualidad/1357923756_832900.html

El discurso de los comentarios interaccionales se relaciona con la discusión. El que intenta manifestar el acuerdo o el desacuerdo durante el pleno proceso de negociación para la búsqueda de un consenso (o la continuación del conflicto) siente la necesidad de dirigirse a un participante específico del grupo de debate. Como el sistema permite responder

directamente al comentario que le interesa (véase 4.2.), los usuarios emplean los pronombres, en vez de nombres reales o apodos expuestos,

Se aprecia también el uso de *vosotros* y *ustedes* en los comentarios monológicos. Este uso se vincula con el carácter colectivo. Debido a la pluralidad de participantes, quien escribe es consciente de que su texto será leído por el conjunto de participantes y se dirige a una audiencia colectiva:

(6) **barbarian**

Aquí tienen Vds. a los liberales, o mejor dicho, a los neoliberales, que es aún peor, el capitalismo rapiñero salvaje en su estado puro, donde el ser humano cuenta poco, por no decir nada. [...]

(7) **jmmgil**

¿hasta cuándo van a seguir Rajoy y Rubalcaba yendo contra los españoles? Nuestro problema más grave no es la crisis sino el gigantesco déficit provocado por una administración demasiado engordada por las autonomías (tenemos el estado y la administración local [Ayto+Diputaciones] más “delgados” de Europa y las regiones más “engordadas” del mundo) Juzgar vosotros mismos:
<http://cort.as/2Dvy>

[Las 20 reformas que están por llegar

El Gobierno prepara más cambios y liberalizaciones para el segundo semestre del año]

Fecha: 14 JUL 2012 - 00:31 CET

http://economia.elpais.com/economia/2012/07/14/actualidad/1342218685_411453.html

La selección del público varía dependiendo del tema del artículo periodístico. En los ejemplos que siguen, los participantes se dirigen directamente al protagonista de la noticia (el Presidente del Gobierno) a través de *tú*:

(8) bola8

En realidad el PP está llevando a cabo su programa esencial del buen derechón, escudándose en la crisis. Si eres trabajador y los votaste, espero que se te esté indigestando tu cartilla del paro. Eres igual de culpable que ellos. Pero tú eres peor porque sabiendo lo que eran los votaste creyendo que te iban a dar trabajo o mantener lo público. Eres un ignorante, seas quien seas.

[Las 20 reformas que están por llegar

El Gobierno prepara más cambios y liberalizaciones para el segundo semestre del año]

Fecha: 14 JUL 2012 - 00:31 CET

http://economia.elpais.com/economia/2012/07/14/actualidad/1342218685_411453.html

Para argumentar el carácter dialógico de los comentarios, es necesario entender la relación entre oralidad y escritura, así como la influencia que ejerce la ausencia de elementos físicos en el proceso inferencial del mensaje. En las investigaciones la comunicación por Internet se considera deficiente en comparación con la comunicación cara a cara. No obstante, si tenemos en cuenta la ausencia de co-presencia física de los interlocutores, podemos suponer que requiere una actividad inferencial más compleja que la de situaciones comunicativas cara a cara. Yus (2010, 35) subraya que toda comunicación humana está repleta de huecos informativos que el destinatario ha de rellenar recurriendo a la información contextual disponible y a su capacidad innata de inferencia. Pero el nivel de esfuerzo interpretativo varía según la situación comunicativa. La hipótesis que se esboza en este estudio es que la falta de información contextual en el intercambio de comentarios hará que los textos sean más elaborados y compactos sintácticamente, precisamente para llenar aquellos vacíos. Con lo

cual, puede que suponga un esfuerzo inferencial adicional del destinatario. En este sentido, Yus (2010, 35-36) compara el proceso inferencial entre la interacción simultánea y la virtual:

Interacción simultánea

- a. Lo que el hablante desea comunicar.
[sólo se parece a...]
- b. Lo que el hablante dice literalmente.
[sólo se parece a...]
- Lo que el oyente interpreta,

Interacción virtual

- a. Lo que el usuario emisor desea comunicar. *[sólo se parece a...]*
- b. Lo que el usuario emisor podría haber dicho (en la comunicación cara a cara, saturada de información contextual).
[sólo se parece a...]
- c. Lo que el usuario emisor realmente tecldea. *[sólo se parece a...]*
- d. Lo que el usuario destinatario podría haber oído (en la comunicación cara a cara, saturada de información contextual).
[sólo se parece a...]
- e. Lo que el usuario destinatario realmente lee. *[sólo se parece a...]*
- f. Lo que el usuario destinatario interpreta,

Los estudios sobre los foros de debate señalan que cuanto menos información contextual se ofrece, es decir, cuando el elemento que rige una interacción es el texto, la comunicación se vuelve más inhumana y violenta. Además, aparecen más alteraciones de ánimo y brusquedad en la interacción. Según Lee y Suh (2009), esto se debe a que la atención de los usuarios emisores no está orientada a los usuarios destinatarios, sino está concentrada en el mensaje en sí. Si queremos averiguar cómo influye la

ausencia de elementos físicos en el proceso inferencial del mensaje y comprobar si la falta de información afecta negativamente a la interacción, hace falta el análisis cognitivo. Como hemos anotado al comienzo del presente trabajo, esto se llevará a cabo en el próximo estudio.

Organización estratégica

La falta de información vocal y visual hace que los usuarios acudan a varias estrategias discursivas en el soporte escrito digital. Es, según Gouti (2006)⁹, “hacer una abstracción de una gran parte del potencial expresivo de lo oral y, más precisamente, de los aspectos prosódicos y de todos los elementos paralingüísticos”. Los mecanismos compensatorios a los que recurren los usuarios son varios: el uso de las letras mayúsculas, la repetición de signos de puntuación y el alargamiento de letras.

(9) petirrojo

Yo podría estar de acuerdo con algunos de los supuestos que planteas. Aunque sobra todo aquello que suena a demagogia. Estoy de acuerdo con el principio de acercar la administración a los ciudadanos, así que estoy de acuerdo con las autonomías. Otra cosa distinta es que dentro de esta organización política haya diPPutados delincuentes y mafiosos. No es culpa del tomate si dentro de él hay alguna oruga. Y yo quiero que gentes de mi condición social me representen en los foros de decisión política, de igual manera que los RICOS tienen a los suyos. La cospe quiere que sólo los RICOS hagan y deshagan a su antojo, sin la mosca cojonera que supone una oposición política seria. No quiero que los representantes de los RICOS me roben sin que yo pueda ni siquiera protestar.

[Parlamentarios por horas]

9 http://elies.rediris.es/elies24/gouti_cap1.htm

Lugar: Madrid

Fecha: 6 ENE 2013 - 00:15 CET

http://politica.elpais.com/politica/2013/01/05/actualidad/1357411290_485900.html

(10) dosmasdossoncuatro estasseguro

da igual el sistema esta en coma y no va despertar, se imponen las alternativas, cada día hay nacen decenas de UNIDADES DE CUENTA, locales sectoriales, bancos del tiempo. PARA HACER LO QUE HAY QUE HACER, DAR LIQUIDEZ,

[La moneda del billón de dólares]

Lugar: Nueva York

Fecha: 8 ENE 2013 - 20:37 CET

http://economia.elpais.com/economia/2013/01/08/actualidad/1357673847_626363.html

(11) gogol

iiii QUIERO SER BRITANICO!!!!, COMO BECKHAM O COMO LO QUE SEA, PERO,.....iiii¡¡¡¡¡SÁQUENME DE ENCIMA ESTE GOBIERNO DE PAPANATAS!!!!

[Vuelta de tuerca de España a Gibraltar]

Lugar: Madrid

Fecha: 3 ENE 2013 - 00:17 CET

http://politica.elpais.com/politica/2013/01/02/actualidad/1357161495_904235.html

(12) octubre_rojo

Subir impuestos a los ricos????? en los USA la cuna del neoliberalismo???? este tío flipa un poco,.....

[Obama exige subir impuestos a los ricos para evitar el abismo fiscal]

Fecha: 9 NOV 2012 - 20:23 CET

Lugar: Washington

http://internacional.elpais.com/internacional/2012/11/09/actualidad/1352488982_373544.html

(13) skogen

“Tenemos por delante el peor presupuesto de la historia de la Generalitat”.
Tooooooooooooooooooma !!! Arturito estara pensando: Eso es lo que teneis por haberme votado y eso es lo que tendreis tambien por no haberme votado :-)
Dedicado a todos los que creen en la NADA..

[La Generalitat avisa que los recortes de 2013 sumarán los ajustes de 2011 y 2012]

Lugar: Barcelona

Fecha 28 NOV 2012 - 01:13 CET

http://ccaa.elpais.com/ccaa/2012/11/27/catalunya/1354008505_318584.html

Como se puede observar son un reflejo del esfuerzo de los usuarios para transmitir la emotividad en una interacción comunicativa inherentemente limitada por el soporte. Algunos de estos mecanismos se entienden como cambios gráficos que sufren las lenguas en la Red. La ausencia de tildes, signos de puntuación, letras mayúsculas al inicio de las oraciones, la omisión de letras y las abreviaturas son rasgos ortográficos que demuestran la rapidez con la que se desarrolla el intercambio de opiniones en una situación comunicativa espontánea.

Otra hipótesis que planteamos fue que los usuarios de los medios de comunicación asincrónica invierten más tiempo en la elaboración de sus textos que en las situaciones comunicativas simultáneas. Si bien los comentarios se registran con un intervalo corto, ocurre con escasa frecuencia una interacción sincrónica, puesto que no todos los interlocutores están conectados al mismo tiempo ni dialogan en tiempo real. Los usuarios emisores disponen del tiempo que necesitan para confeccionar los textos. Esto significa que, pese a su carácter dialógico, los comentarios pueden ser

más organizados que las realizaciones verbales en la interacción cara a cara. Como ya se ha visto en 2.1., respecto a la calidad de las interacciones por Internet, se puede aproximar desde dos perspectivas. Por un lado, los textos que se registran en la Red se consideran deficientes por la escasa planificación del enunciado y por los errores ortográficos, derivados del carácter inherente del medio de comunicación. Con lo cual, los interlocutores recurren a una serie de estrategias específicas. Pero hay desacuerdos al respecto. Sostienen en que no existen estrategias específicas, sino que se requieren más exaltaciones de ánimo y una mayor inferencia. Además, la sintaxis es más sencilla pero correcta y las oraciones son elaboradas y compactas (Pano 2008, 160). Según hemos analizado, si queremos comprobar si los textos son más defectuosos que los producidos en interacciones cara a cara, debe recurrirse al análisis cognitivo, ya que las producciones lingüísticas de CMO se relacionan estrechamente con la emotividad respecto al tema que se está tratando. Un nivel más alto de la involucración emotiva puede ser conducido a una menor planificación y argumentación del enunciado. Para confirmarlo, es necesario realizar un cotejo paralelo del resultado del análisis lingüístico con el de la tipología de los comentarios.

V. Conclusión

Se ha intentado realizar una descripción técnica, pragmática y lingüística de los comentarios que se registran en la prensa digital. En cuanto a los rasgos técnicos, los hemos considerado como una aplicación o un género

más de la CMO, teniendo en cuenta el nivel de moderación, la dimensión espacial y el carácter parásito. Se ha presentado también el resultado del análisis desde tres perspectivas organizativas textuales: organización colectiva, organización dialógica, organización estratégica. No obstante, la relación entre la ausencia de elementos físicos con el proceso inferencial del mensaje, la influencia negativa de la falta de información a la interacción y la deficiencia de los textos requieren un marco de análisis adicional. Es necesario clasificar los comentarios según el grado de relación tanto con el artículo periodístico como con los comentarios ya expuestos de otros lectores para indagar en la tipología de los comentarios. El clasificar la tipología de los comentarios recopilados significa analizar los patrones de interacción. El resultado del análisis del grado de obstinación, la relatividad con otros comentarios y la reacción afirmativa o negativa se construirá una base útil para un análisis completo de los comentarios.

Bibliografía

- Alcoba Rueda, S.(2002), "Internet, cortesía y variantes del español", *Ponencia presentada en el Congreso Brasileño de Hispanistas*. http://www.proceedings.scielo.br/scielo.php?pid=MSC0000000012002000100004&script=sci_arttext
- Araújo e Sá, M. H. y Melo, S.(2003), "Del caos a la creatividad: los chats entre lingüistas y didactas" en C. López Alonso y A. Séré (eds.), *Nuevos géneros discursivos: los textos electrónicos*, Biblioteca Nueva, pp.45-62.

- Cho, K. H.(2008), "Betrachtung des interaktiven Kommunikationsraums von Lesern und eine Analyse von Leserkomentaren in deutschen Online-Zeitungen", *Koreanische Gesellschaft für Germanistik*, 109, pp. 209-233.
- Cruz Piñol, M.(1999), "ESPAN-L. Un foro de debate en la Internet sobre la lengua española", *Estudios de Lingüística del Español*, 1, <http://elies.rediris.es/elies1>
- Dresner, E. and Dascal, M.(2001), "Semantics, pragmatics, and the digital information age", *Studies in Communication Sciences*, Vol.1, No.2, pp.1-22.
- Espinosa Villarreal, M.(1999), "Estrategias de moderación como mecanismo de participación y construcción de conocimientos en grupos de discusión electrónicos", *Hiper-Textos*, Vol.1, No.2.
- García Gabaldón, J.(2003), "La configuración tecnológica, lingüística y comunicativa del correo electrónico", *Linguax*, 4, http://www.uax.es/publicaciones/archivos/LINCOM03_001.pdf
- Gouti, G.(2006), "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*, Biblioteca Nueva, pp.63-75, <http://elies.rediris.es/elies24/gouti.htm>
- Gunawardena, C., Lowe, C. and Anderson, T.(1997). "Analysis of a global online debate and the development of an interaction analysis model for examining social construction of knowledge in computer conferencing", *Journal of Educational Computing Research*, Vol.17, No.4, pp.397-431.
- Han, H. K.(1996), "Communication process and results: a comparative study on face-to-face communication and Computer-mediated Communication",

- Media Society Culture, 5, pp.65-89.
- Herring, S.(1996), *Computer-Mediated Communication, Linguistic, Social and Cross-Cultural Perspectives*, John Benjamins.
- Herring, S.(2001), "Computer-mediated discourse" in D. Tannen, D. Schiffrin, H. Hamilton (eds.), *The Handbook of Discourse Analysis*, pp. 612-634.
- Ibañez, Á.(1997), "Internet y el correo electrónico en español-Soluciones a los problemas de la transferencia de caracteres internacionales". *La Página del Idioma Español*, 5-11-2000, acentuado en la red. <http://www.math.northwestern.edu/~mlerma/iworld/correo.html>
- Kim, S. H. and Kim, I. C.(2001), "The importance and future of Computer Mediated Communication", *Korean Journal of Communication Studies*, 9, pp.241-260.
- Kwon, S. H.(2003), "The receiver response through the analysis of reple text in internet news", *Korean Language Education*, 111, pp.227-253.
- Lee, H. T. and Suh, E. K.(2009), "The effects of communication method on Computer Mediated Communication decision making", *Korean Journal of Communication Studies*, Vol.17, No.2, pp.65-96.
- Lee, Y. E. (2008), "A case study of linguistic variation in Korean-Language Computer-Mediated Communication", *Korean Journal of Communication Studies*, Vol.16, No.4, pp.151-173.
- López García, X.(2008), *Ciberperiodismo en la proximidad*, Sevilla, CS.
- Marcos Marín, F.(2000), "La lengua española en Internet", *Anuario*, Instituto Cervantes. http://cvc.cervantes.es/lengua/anuario/anuario_00/marcos/
- Marcos Marín, F.(2006), *Los retos del español*, Iberoamericana, Vervuert.
- Millán, J. A.(2001), *Internet y el español*, Fundación Retevisión.

- Na, E. K. and Lee, J. W.(2008), *A study on the culture of reply*, Korea Press Foundation.
- Núñez, F., Gálvez, A. y Vayreda, A.(2003), “La participación en un foro electrónico: motivos, auditorios y posicionamientos”, *REDcientífica*, 47, pp.1-14.
- Oh, T. S., Kim, D. S. and Kang, M. S.(2000), “A study on the type and characteristic of users of Computer Mediated Communication”, *Journal of Cybercommunication Academic Society*, 6, pp.71-103.
- Pano, A.(2008a), *Dialogar en la Red. La lengua española en chats, e-mails, foros y blogs*, Berna, Peter Lang.
- Pano, A.(2008b), “Estrategias comunicativas y lingüísticas en listas y foros de debate en Internet”, *CÍRCULO de Lingüística Aplicada de la Comunicación*, 33, pp.28-44. <http://pendientedemigracion.ucm.es/info/circulo/no33/pano.pdf>
- Sperber, D. and Wilson, D.(1986), *Relevance. Communication and Cognition*, Oxford, Blackwell.
- Suh, K. S., Im, K. S., Shim S. M. and Suh, E. K.(2007), “Revisiting Group Polarization and Computer-Mediated Communication, Social Presence View vs. Anonymity View”, *Asia Pacific Journal of Information Systems*, 1, pp.680-689.
- Yus, F.(2001), *Ciberpragmática. El uso del lenguaje en Internet*, Barcelona, Ariel Letras.
- Yus, F.(2008), “Estrategias lingüísticas de los hablantes en la Red”, Ponencia presentada en el Seminario *Lenguas y Culturas Hispánicas en Internet*, Madrid, Residencias de Estudiantes, <http://cedros.residencia.csic.es/>

[docactos/4443/texto_original/texto_original044430010.pdf](#)

Yus, F.(2010), *Ciberpragmática 2.0: nuevos usos del lenguaje en Internet*,
Barcelona, Ariel Letras.

〈Resumen〉

La finalidad del presente estudio es explorar los objetivos comunicativos que persiguen los usuarios de la sección de comentarios de la prensa digital y analizar la formulación lingüística desde el punto de vista de las interacciones que se realizan. El medio dominante en esta era digital es Internet y su rápido desarrollo y expansión de uso han contribuido no solo al cambio de forma de producción de textos periodísticos, sino también al consumo de aquellos textos informativos. En tiempos pasados, las noticias eran transmitidas de manera unidireccional pero en la actualidad los lectores de periódicos digitales no se quedan pasivamente leyendo los artículos, sino que participan activamente en el intercambio de opiniones con otros lectores. El consumo individual de los textos periodísticos se ha convertido en un acto colectivo y social. El presente trabajo pretende describir estrategias pragmáticas y rasgos lingüísticos de los comentarios que aparecen en los diarios digitales como un tipo de texto dentro de la *ciberdiscursividad*. Observar actitudes lingüísticas que se generan en el medio electrónico y descubrir características de la lengua española en Internet nos permitirá contribuir a completar los aspectos teóricos relacionados con la Comunicación Mediada por Ordenador.

Palabras Clave: Comentarios, Foros de Debate, Prensa Digital, Comunicación Mediada por Ordenador, Ciberpragmática

|| Submission of Manuscript: el 30 de octubre de 2014

|| Manuscript accepted: el 17 de diciembre de 2014

|| final manuscript: el 23 de diciembre de 2014