

UNA APROXIMACIÓN A LOS ESTUDIOS SOBRE EL DISCURSO MEDIADO POR ORDENADOR EN LENGUA ESPAÑOLA

Ana Pano Alamán
(Università di Bologna)

ana.pano@unibo.it

Patricio Moya Muñoz
(Universitat Politècnica de València)

patmomuo@posgrado.upv.es

RESUMEN:

El objetivo de este artículo es ofrecer un primer estado de la cuestión sobre los principales temas y métodos adoptados en los estudios sobre el discurso mediado por ordenador en lengua española. Por medio de un análisis de contenido de artículos de investigación publicados en revistas en español entre 1998 y 2014, se identifican, por un lado, los objetivos que han guiado estas investigaciones y, por otro lado, los métodos y técnicas adoptados para el análisis de interacciones en el medio digital. Los resultados de este estudio de carácter exploratorio, que constituye la primera fase de un proyecto de investigación más amplio (CorpusRedEs), muestran cómo los estudios sobre el discurso mediado por ordenador han pasado de caracterizar la llamada "lengua de Internet" a partir de la descripción de algunos rasgos del discurso en los chats, a analizar distintos fenómenos lingüísticos-pragmáticos relacionados con la variación, el género discursivo o la (des)cortesía, en una tipología más amplia de medios digitales.

Palabras clave: discurso mediado por ordenador; discurso académico; análisis de contenido; metodología, corpus.

ABSTRACT:

The aim of this paper is to provide an state of the art of the key issues and methods adopted in computer-mediated discourse research in Spanish. By

means of a content analysis of research papers published in scientific journals in Spanish between 1998 and 2014, we aim at identifying, first, the main objectives underlying these papers and, second, the methods and techniques adopted for the analysis of interactions in the digital environment. The results of this exploratory study, which constitutes a first step of a larger research project (CorpusRedEs), show how the studies on computer-mediated discourse in Spanish have undergone an evolution from the characterization of the so-called "Internet language" throughout the description of some features in chats, to the analysis of different linguistic and pragmatic phenomena, such as linguistic variation, genre or (im)politeness, in a wider range of digital media.

Keywords: computer-mediated discourse analysis; academic discourse; content analysis; methods; corpus.

1. INTRODUCCIÓN¹

La *Comunicación mediada por ordenador* (CMO) se ha definido como el conjunto de modalidades de interacción que surge de la aplicación de las nuevas tecnologías a la comunicación pública e interpersonal. Hoy en día se habla también de *Análisis del discurso mediado por ordenador* (ADMO), entendido como el acercamiento a la comunicación en la Red con el fin de analizar las propiedades lingüísticas y pragmáticas de las prácticas discursivas que se producen en los entornos de CMO. Los estudios que se han publicado en los últimos veinte años con las metodologías propias del análisis del discurso, la pragmática y la etnografía de la comunicación, principalmente, abordan este tipo de discursos en relación con la variación lingüística, el aprendizaje de lenguas o la constitución de comunidades de práctica y profesionales, en función de las formas y circunstancias en que se ha transformado la tecnología. De ahí que, en gran parte de los análisis

¹ Este artículo es fruto de continua y estrecha colaboración entre ambos autores, no obstante, los apartados 1, 2, 3 y 5 han sido redactados por Autor 1, mientras que los epígrafes 4 y 6 han corrido a cargo de Autor 2.

realizados, se asuma que “o bien la tecnología moldea los mecanismos comunicativos que se dan en el nuevo entorno o bien los usuarios son capaces de aprehender las características que permite el medio para construir su discurso y las interacciones comunicativas” (Moya Muñoz, 2015).

Como recuerda Herring (2001), hasta mediados de los noventa, se había sostenido que el discurso mediado por la tecnología era anónimo, impersonal, fragmentado e incluso limitado en relación con la comunicación prototípica cara a cara. Por otro lado, dentro de lo que esta autora llama “una agenda de investigación más o menos coherente” (p. 613), en la que destacan la descripción empírica del lenguaje mediado por ordenador y de las variedades de ese mismo discurso, señala que en esos primeros análisis no se hacía ningún tipo de distinción entre medios y usos. Sin embargo, análisis realizados a partir del año 2000 han demostrado que el discurso mediado por ordenador es sensible a una gran variedad de factores tanto tecnológicos como contextuales, por lo que el fenómeno es mucho más complejo y variable de lo que se pensaba en un primer momento.

Los estudios llevados a cabo en la siguiente década evidencian un cambio de perspectiva que tiene en cuenta esa complejidad. De hecho, como ha señalado Androutsopoulos (2011), el concepto clave en torno al cual se mueve la mayor parte de los estudios dedicados al discurso, sobre todo en los nuevos medios surgidos en la Web 2.0, es el de *variación*. Así, una revisión de la literatura científica (cfr. Herring, 2001, 2007, 2013; Thurlow & Mroczek, 2011) revela que los estudios, incluso los más recientes, se han centrado de forma frecuente en la variación lingüística atendiendo a aspectos como la modalidad entre escrita y oral de los discursos digitales, los rasgos socioculturales de los hablantes, y los factores contextuales y situacionales de la comunicación, sobre todo en chats, foros de debate y más recientemente, redes sociales.

Los trabajos publicados sobre la CMO en lengua española, en particular, sobre la interacción en chats, correo electrónico, foros de debate, blogs y redes sociales virtuales, han seguido esa misma evolución (Pano Alamán, 2008; Mancera Rueda y Pano Alamán, 2013b), ocupándose,

principalmente de las relaciones entre oralidad y escriturad en los mensajes; del carácter sincrónico y asincrónico de los medios y de la incidencia de este factor en la interacción comunicativa; de la construcción de la identidad y la imagen social en dichos canales; de la aparición de nuevos géneros discursivos en la Web; y de fenómenos pragmáticos como la (des)cortesía o la ironía verbal. Estas cuestiones se han abordado desde muy distintas perspectivas en los estudios publicados en los últimos quince años. Sin embargo, aún no se ha llevado a cabo un estudio sistemático de dichas publicaciones que pueda dar cuenta de manera completa y comprobada de los fenómenos lingüístico-pragmáticos tratados, de los medios y modos de comunicación que mayor atención han recibido, así como de las metodologías de análisis empleadas.

El objetivo del presente trabajo, que se sitúa en la fase inicial de un proyecto más amplio que estamos llevando a cabo sobre el análisis del discurso digital en las distintas variedades del español (CorpusRedEs), es precisamente el de ofrecer un primer análisis de dichas publicaciones que permita identificar los principales aspectos teórico-metodológicos adoptados. Este trabajo busca también establecer una periodización de la disciplina así como identificar posibles cambios y tendencias en la investigación. En los epígrafes que siguen consideramos, en primer lugar, algunos aspectos teóricos tratados en el ámbito de la CMO en español que nos permitirán contextualizar nuestro objeto de estudio e identificar los principales planteamientos propuestos desde la lingüística, el análisis del discurso y la pragmática. En segundo lugar, se presenta la metodología adoptada y los datos que constituyen el corpus de análisis; a continuación, se ilustran los primeros resultados del estudio y, por último, se discuten sus límites y posibles desarrollos en investigaciones futuras.

2. PRINCIPALES CUESTIONES TEÓRICAS EN TORNO A LA CMO

La cuestión de la naturaleza entre oral y escrita de los textos electrónicos apuntada más arriba en relación con los análisis sobre discurso mediado por ordenador en lengua española se ha conectado recientemente con la presencia preponderante de rasgos coloquializadores en un tipo de

textos que es posible situar concepcionalmente en el polo de la inmediatez comunicativa (Koch y Oesterricher, 1990; Mancera Rueda y Pano Alamán, 2013b; Briz Gómez, 2014).

Este tema se ha relacionado también con otro de los aspectos más relevantes de la CMO, esto es, el del carácter sincrónico o asincrónico de cada medio. Por un lado, se ha dicho que los sistemas asincrónicos, como el correo electrónico o los foros de debate, aun reduciendo el tiempo de transmisión, dejan más tiempo para planificar y elaborar el propio discurso, mientras que los sistemas sincrónicos, como el chat o la mensajería instantánea, suponen una co-presencia temporal entre los interlocutores obligándoles a elaborar el discurso sobre la marcha. A pesar de la validez explicativa de esta clasificación, la implantación creciente de la Web 2.0, la posibilidad actual de acceder simultáneamente a distintos canales y desde distintos dispositivos, así como la conexión permanente a los mismos (Kaatz y Aakmus, 2002; Baron, 2008), ha llevado a superar esa distinción sin por ello quitar importancia a la noción de tiempo, elemento fundamental para entender este tipo de interacciones. De hecho, en el entorno virtual, la identidad social y la comunidad a la que pertenece un individuo se remodelan en función de una dimensión temporal *presentista* (Salazar, 2001) y de una reducción progresiva de la distancia social, facilitando, por ejemplo, la constitución de grupos que comparten entornos cognitivos, cuya información varía, yendo desde la total identidad de experiencias e intereses hasta la coincidencia en algún aspecto concreto (Yus, 2001, p. 61).

Asimismo, cabe aquí mencionar las investigaciones que abordan los textos electrónicos desde una perspectiva genérica (López Alonso y Seré, 2006), una cuestión que se conecta directamente con los condicionantes tecnológicos y situacionales de cada medio (cfr. Herring, 2007). Se ha dicho que, debido a su interfaz o a sus funciones, algunos de estos géneros se asemejan en parte a los géneros textuales analógicos, como el correo electrónico a la carta tradicional (López Alonso, 2006) o los comentarios a las noticias a las cartas al director (Moya Muñoz, 2014). En cualquier caso, la caracterización de estos géneros ha servido para explorar nuevas

prácticas discursivas sobre todo en los ámbitos de las lenguas de especialidad en español, como el turismo (Sanmartín y González, 2013), el periodismo (Mancera Rueda, 2011) o la política (Mancera Rueda y Pano Alamán, 2013a). Una cuestión que se conecta igualmente con la evolución de los medios en términos de interactividad, hipertextualidad, multimodalidad y participación creciente de los internautas en la generación de contenidos.

Por último, la investigación sobre los conceptos de identidad y comunidad en los medios digitales se ha acompañado también de reflexiones en torno a imagen social del individuo en Internet –véase, por ejemplo, el número especial “Discurso e identidad en el ciberespacio hispano” (Placencia y Fuentes, 2014)– y a las actividades (des)cortesés en este medio, un tema que cuenta hoy en día con un número relevante de estudios dedicados a analizar la interacción en chats, correo electrónico, listas, foros y redes sociales virtuales (Laborda Gil, 2003; Noblía, 2004; Mariottini y Orletti, 2006; Mancera Rueda, 2009; Fuentes Rodríguez, 2013; Helfrich, 2014; Kaul de Marlangeon y Cordisco, 2014).

Esta breve panorámica sobre los principales ejes temáticos del análisis del discurso mediado por ordenador en español demuestra la naturaleza cambiante y heterogénea de la disciplina, que ha seguido la rápida transformación de los medios y canales de Internet (en particular, el cambio de paradigma entre la Web 1.0 y 2.0), y de los usos comunicativos que se les ha dado. No obstante, como señala Androutsopoulos (2011, p. 281) en relación con la investigación en distintas lenguas, muchos de los estudios tratan estas cuestiones de forma ahistórica o descontextualizada, esto es, sin tener en cuenta esa misma evolución en sus reflexiones. En este sentido, pensamos que un primer paso necesario para analizar el discurso en el medio digital es llevar a cabo análisis sobre los primeros planteamientos y sobre la evolución de la disciplina a partir del estudio de los textos producidos dentro de su ámbito.

3. MÉTODO DE ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN DEL CORPUS

Nuestro objetivo es identificar las principales temáticas abordadas y las metodologías adoptadas por los investigadores en un corpus de artículos de investigación sobre discurso mediado por ordenador en lengua española, estableciendo asimismo una primera periodización y caracterización de este tipo de estudios. Para ello, nos hemos basado en los métodos del Análisis de contenido, principalmente Krippendorff, 2013 [1980]), y llevado a cabo un análisis descriptivo, cuantitativo-cualitativo, de los artículos académicos que constituyen el corpus. Desde esta perspectiva, asumimos que:

la naturaleza singular de los datos de investigación [...] y de los procesos que guían su elaboración, registro y tratamiento posterior, se da en función de la previa fijación de objetivos (fines) de conocimiento y práctica, y de la delimitación de objetos de estudio adecuados a ellos, significativos o representativos, y pertinentes para su refutabilidad (Piñuel, 2002, p. 11).

Así, antes de pasar a definir los datos en que se apoya esta investigación, identificamos el objeto de conocimiento de la misma en: 1) principales "objetivos" y "métodos" de las investigaciones en CMO en lengua española; 2) el carácter empírico o no del estudio y, en el caso de que tengan una base empírica, ver si se trata de ejemplos extraídos de otros corpus o bien de corpus contruidos *ad hoc*; 3) el cibergénero (Caballero, 2008) analizado; 4) la variedad del español analizada. Siguiendo, pues, el método de análisis de contenido, la investigación se centra en dos unidades de contexto: la "estructura de organización" y el "ámbito". Dentro de estas unidades de contexto, y en base a los cuatro parámetros mencionados, se han identificado las siguientes unidades de registro:

i. "Objetivos de investigación", que identificamos a través de la frecuencia y del tipo de verbos utilizados en los artículos (contenidos en el resumen, en la introducción o en el apartado de objetivos del artículo en cuestión) y que clasificamos mediante categorías como 'analizar', 'caracterizar', 'demostrar', 'reflexionar', entre otras;

ii. "Carácter empírico", cuyo propósito es comprobar si el artículo se basa en datos y muestras de discurso mediado por ordenador para llegar a

determinadas conclusiones; y “carácter no empírico”, si se trata de propuestas de investigación o de reflexiones que se hacen sin resultados directos del análisis de datos; en relación con esta unidad de registro, se abordan, por un lado, el género o el canal estudiado y, por otro, la variedad del español a la que pertenecen los datos o aquella sobre la que se reflexiona.

Posteriormente, clasificamos los artículos de investigación en base a las categorías que surgen de cada una de estas unidades de registro: por ejemplo, respecto a los “objetivos de investigación”, qué orientación metodológica (i.e. caracterización general, análisis lingüístico o pragmático, reflexión sobre la comunicación en Internet) destaca en la investigación sobre DMO en español; en cuanto al “carácter empírico” o “no empírico”, si se da un uso preponderante de muestras y, en todo caso, qué tipo de datos apoyan las reflexiones; en relación con los géneros y medios, cuáles han sido los más analizados (i.e. chats, correo electrónico, blogs, listas de distribución, foros de debate o comentarios a noticias, redes sociales); y, por último, respecto a las variedades del español, cuál ha sido la variedad o variedades más estudiadas.

El corpus que hemos constituido para este estudio se ha establecido considerando algunas cuestiones metodológicas como la representatividad. Esto nos ha obligado a recopilar el mayor número de artículos publicados hasta la fecha y a detallar la información contextual de los mismos. La unidad de muestreo es la de los artículos de investigación publicados en revistas españolas y latinoamericanas accesibles en línea, esto es, publicados en revistas digitales o bien digitalizados y publicados en la Red posteriormente a su publicación en revistas de papel; por el momento, no se han considerado las contribuciones en volúmenes colectivos, las monografías y las tesis dedicadas a la CMO, algunos de los cuales han sido citados en el apartado precedente.² Esta selección se justifica por la

² En el blog académico AdiRed, es posible consultar una amplia bibliografía sobre los estudios de discurso mediado por ordenador en español: <https://discursoenlared.wordpress.com/bibliografia-lengua-espanola/> [última actualización: enero de 2015].

necesidad de constituir un corpus focalizado a modo de pre-corpus, "con el fin de proponer hipótesis de trabajo y de explorar ciertas características o categorías para una posterior recolección más amplia y robusta" (Parodi, 2010, p. 27).

La búsqueda de dichos artículos se ha realizado a través de repositorios enfocados al ámbito del español como son Dialnet y Scielo,³ mediante una serie de palabras clave introducidas entre comillas, que remiten al discurso que se produce en la Red por medio de distintas denominaciones y combinaciones léxicas como, por ejemplo: comunicación mediada por ordenador / por computador o computadora, discurso mediado por ordenador / por computador o computadora, discurso digital, texto electrónico, lengua / lenguaje en la red o en internet, discurso / lenguaje / lengua en la web.⁴ La aparición de cualquier de estos sintagmas en el título, las palabras clave de los textos, la introducción o los objetivos, ha justificado la inclusión del artículo en el corpus.

Es necesario precisar que, respecto a los textos extraídos de Dialnet, dado que el sistema no diferencia entre artículo científico (*paper*) y actas de congreso (*conference proceedings*), que entiende igualmente como "artículos", ha sido necesario llevar a cabo una selección manual. Por otro lado, es posible que el sistema dé como resultado dos referencias idénticas aunque la búsqueda se haya llevado a cabo a partir de dos sintagmas distintos; en estos casos, al momento de descargar los documentos, hemos tenido que seleccionar uno de los dos. En otras ocasiones, los textos se han desechado por no ser pertinentes para el presente trabajo, esto es, por no estar relacionados con el ámbito de los estudios del lenguaje.

En cuanto a los textos encontrados en Scielo, cabe decir que el repositorio aglutina todas las revistas que forman parte de la Red Scielo, de manera que no ha sido necesario buscar en cada colección individual. La

³ <http://dialnet.unirioja.es/>; <http://www.scielo.org.ve/scielo.php>

⁴ No hay acuerdo unánime sobre la denominación de este tipo de discurso, de modo que los términos que designan el ámbito de investigación son numerosos, sobre todo si se consideran las distintas variedades geográficas del español. Sin duda, esta cuestión requiere un análisis aparte.

búsqueda se realiza en el texto por completo, es decir, si no está en el título, en el resumen o en las palabras clave, suele aparecer en el cuerpo del trabajo, por lo que el sistema los recupera automáticamente sin necesidad de verificar en el texto. Se trata de una base de datos de revistas de modo que, en este caso, no se ha llevado a cabo la distinción genérica que se ha realizado para Dialnet.

En resumen, los artículos considerados y que constituyen un total de 77 (ver apéndice), están escritos en español, han sido publicados en revistas científicas del ámbito hispánico y son accesibles en línea en formato digital; en ellos se habla explícitamente de comunicación o de discurso mediado por ordenador y el estudio se plantea desde enfoques relacionados con la lengua y la comunicación.

4. RESULTADOS DEL ANÁLISIS

El análisis que se ha llevado a cabo en relación con la unidad de registro "objetivos de investigación" ha permitido identificar los verbos más frecuentes en los estudios revisados, y determinar asimismo el enfoque que adopta el investigador. Cabe señalar, de entrada, que los investigadores emplean diferentes estrategias comunicativas para especificar sus objetivos de investigación. En algunos casos, el objetivo de investigación es explícito a través de verbos que se introducen en el resumen del artículo o bien en la Introducción, mientras que en otros es necesario inferirlos a partir de una lectura completa del texto y de la asociación de dichos objetivos a categorías comparables a las de los verbos que aparecen de forma explícita. Véanse, por ejemplo, los siguientes casos:

(1) El objetivo de este artículo es el estudio de las interacciones de tipo sincrónico mediatizadas por ordenador, es decir, las conversaciones electrónicas desarrolladas con aplicaciones de chat o mensajería instantánea. *Examinamos* los conceptos manejados por el análisis de la conversación en el marco de la etnometodología *con el objetivo de determinar* la idoneidad de su aplicación a este tipo de interacciones [...] (60_CMC)

(2) A través de una revisión de estudios recientes que incluyen investigaciones realizadas en los últimos siete años, se *pretende definir y caracterizar el blog de comentarios* de ciberperiódicos en términos de sus condiciones de producción, estructura discursiva y textual, para luego concluir con una mirada respecto del propósito social de esta práctica. (68_CMC)

(3) Con la finalidad de estudiar las diferencias en CMO relacionadas con la personalidad, se *analizaron los mensajes enviados al foro de discusión* de un curso universitario [...] (03_CMC)

En (1), el objetivo está asociado a la categoría de *determinar*, en (2) se relaciona con la de *caracterizar* y en (3) con la de *analizar*. Siguiendo este procedimiento, los verbos han sido agrupados en siete categorías (v. TABLA 1). En primer lugar, podemos afirmar que en los artículos se da una alta variabilidad léxica en el momento de emplear los verbos y que, por tanto los objetivos son aparentemente distintos. No obstante, como se muestra en la tabla, la presencia de *analizar* y *caracterizar* es preponderante:

Verbo	Ocurrencias
Analizar	26
Caracterizar	21
Demostrar	9
Determinar	7
Proponer	6
Reflexionar	6
Contrastar	2

TABLA 1. Verbos que orientan los objetivos de la investigación

Por otra parte, una observación más atenta hacia la distribución de estos verbos en los artículos del corpus revela que los objetivos de investigación han cambiado a lo largo del periodo contemplado (1998-2014), lo que muestra una variación significativa posiblemente relacionada

con los objetivos y la evolución de la disciplina, tal como se observa en la FIGURA 1.

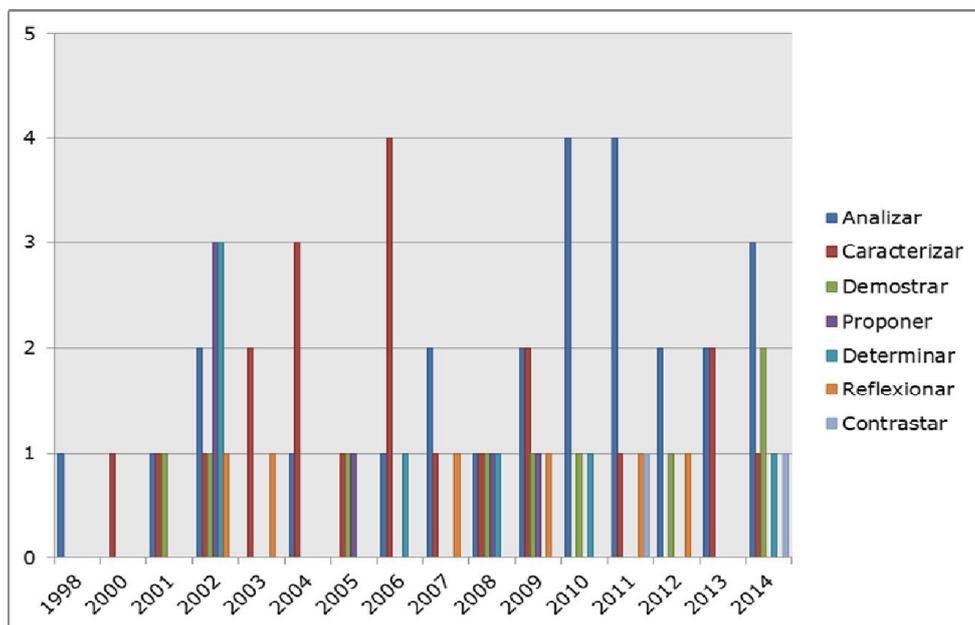


FIGURA 1. Relación entre los verbos utilizados y los años de publicación de los artículos

Al menos, en lo que concierne los artículos, durante los primeros años de investigación sobre la CMO en español, prima una *caracterización* de algunos aspectos lingüístico-pragmáticos (rasgos ortipográficos y léxicos; valores pragmáticos de los emoticones), en consonancia quizá con la novedad que representan los medios digitales y con la adopción creciente por parte de los usuarios de estrategias aptas para comunicar a través de la tecnología. No obstante, conforme avanza el tiempo y, en concreto, a partir del 2006, el incipiente interés por *caracterizar* da paso a una necesidad por *analizar* los discursos que están emergiendo, tanto en la denominada Web 1.0 como en la Web 2.0 (O'Reilly, 2005), en la medida en que existiría una diversidad de manifestaciones comunicativas que se articulan y deben ser comprendidas a partir de sus condicionantes sociales y tecnológicos.

Por otro lado, atendiendo a la unidad de contexto 'ámbito' y a la de registro "carácter empírico" o "carácter no empírico", se observa que de los 77 artículos analizados, 55 tienen un carácter empírico mientras que 22 no emplean datos ni ejemplos para dar cuenta de sus conclusiones. Como

apuntábamos más arriba, el análisis de las investigaciones con base empírica, esto es, con muestras de discurso mediado por ordenador –ya sea en chat, correo electrónico, listas de distribución, foros, blogs o redes sociales– se ha llevado a cabo teniendo en cuenta tres aspectos: en primer lugar, si los ejemplos están extraídos de otros corpus o bien si se trata de corpus constituidos *ad hoc* para ese tipo de investigación;⁵ en segundo lugar, el género o canal estudiado; y por último, la variedad o variedades del español que se analiza.

Respecto al primer punto, notamos que 34 investigaciones basan su estudio en corpus elaborados específicamente para el análisis y que 21 emplean ejemplos extraídos de otros análisis, sin llevar a cabo un proceso de elaboración de datos sistemático. En este sentido, un dato interesante es que, a medida que se avanza en el tiempo, las investigaciones optan por construir corpus que les permitan establecer resultados más apropiados (v. FIGURA 2), a diferencia de lo que ocurría en las primeras etapas, al menos hasta el 2006, caracterizadas por una tendencia a utilizar ejemplos aislados de interacciones mediadas por ordenador, muchas veces provenientes de segundas fuentes, como ha evidenciado la lectura en profundidad de los artículos.

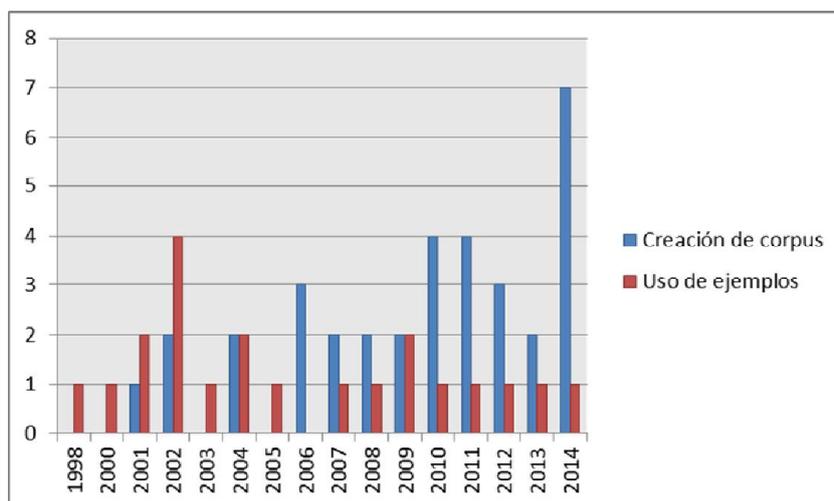


FIGURA 1. Relación entre uso datos y años de publicación de los artículos.

⁵ Véanse Beißwenger y Storrer (2008) y Chiari y Canzonetti (2012), para una clasificación de los tipos de corpus de CMO existentes en lenguas como el alemán o el italiano.

En cuanto al segundo aspecto, tal como se muestra en la TABLA 2, es posible afirmar que el género más estudiado ha sido el *chat*, seguido de las redes sociales (Facebook y Twitter), los foros, que incluyen espacios como Yahoo! Respuestas o foros de debate en plataformas de aprendizaje en línea, los comentarios a las noticias de la prensa digital –muchas veces asociados a blogs periodísticos–, el correo electrónico y, por último, las páginas web, ambos con el mismo número de investigaciones, quedando tan solo una investigación que aborda los *Bulletin Board System* (BBS) o listas de distribución:

Género/canal	Cantidad
Chat	18
Redes sociales	11
Foros	8
Comentarios	7
Correos electrónicos	5
Páginas web	5
BBS	1

TABLA 2. Géneros estudiados en los estudios con base empírica

En este caso también es posible establecer una correlación entre los géneros o canales estudiados o considerados en cada investigación y el año de publicación de los artículos. Tal como se aprecia en la FIGURA 3, el interés por investigar los chats fue notorio en los años 2002 y 2007; a partir del año 2010, se empieza a notar un interés por los textos que circulan en los blogs y en las redes sociales; el correo electrónico se analiza sobre todo durante los primeros años del 2000, mientras que la atención sobre los foros de varios tipos se mantiene a lo largo del periodo considerado. Con la consolidación de los nuevos entornos Web 2.0, el interés se centra en los medios sociales dando inicio a un estudio sistemático de entornos que fomentan la interactividad y la creación de contenidos por parte de los internautas.

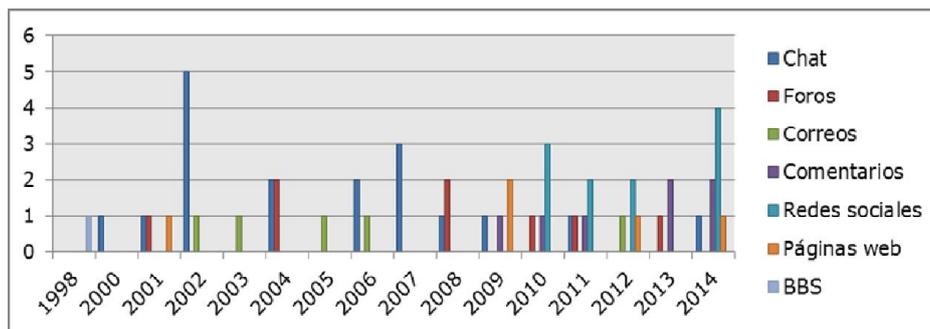


FIGURA 2. Relación entre canales estudiados y año de publicación de los artículos.

Para ahondar en este aspecto, hemos relacionado esta categoría con los objetivos de investigación que se perseguían; así, es posible ver una tendencia hacia el *análisis*, la *caracterización* y la *descripción* sobre todo en relación con los chats, los foros, los espacios de comentarios a las noticias y las redes sociales, que son los cibergéneros más analizados (ver FIGURA 4).

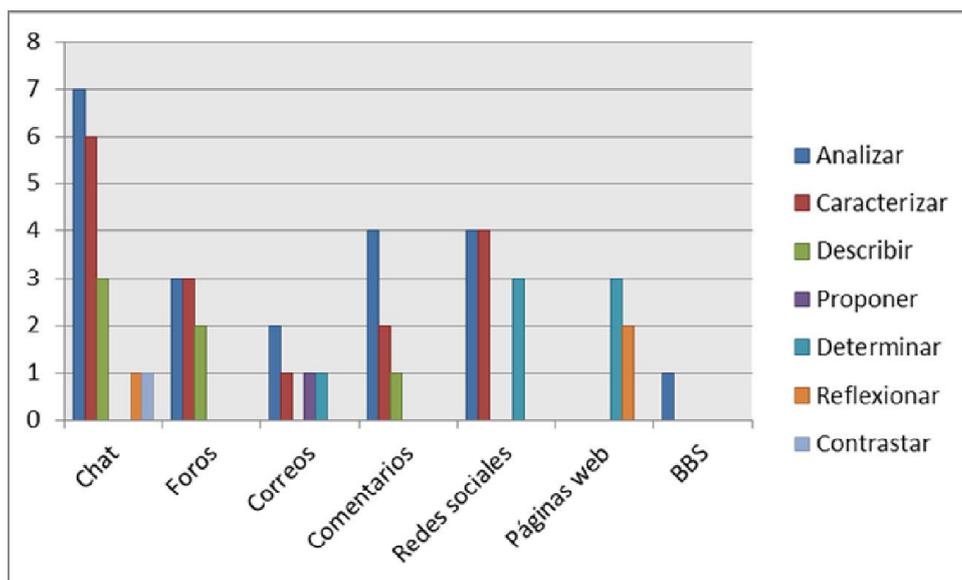


FIGURA 3. Relación entre géneros estudiados y verbos de investigación.

En lo que respecta al tercer punto relativo a las variedades del español consideradas en las investigaciones con base empírica, hemos asumido que, si no está expresamente indicado, los datos corresponden a la variedad geográfica del país del autor o de la revista. Así, tal como se observa en la FIGURA 5, el país en el que se han llevado a cabo o se han

publicado la mayor parte de los estudios se corresponde con la variedad del español peninsular, mientras que la variedad americana que cuenta con mayor número de estudios es la chilena.

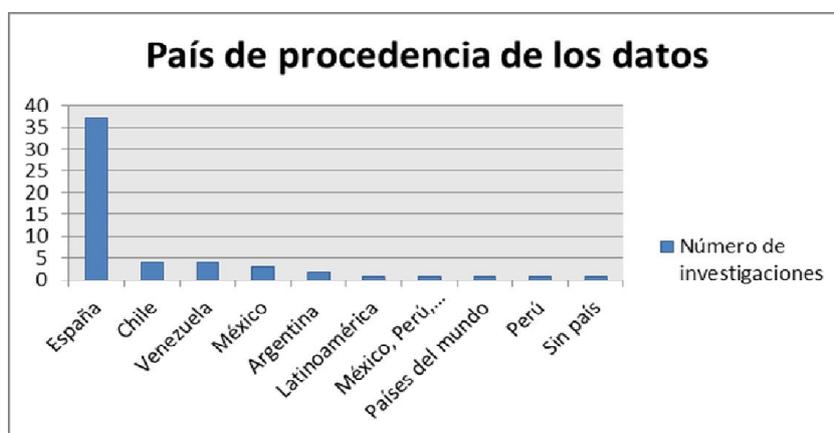


FIGURA 5. Variedad diatópica considerada en las investigaciones

Somos conscientes de que este dato depende en gran parte del tipo de datos que constituyen nuestro corpus (i.e. artículos de investigación en línea, recuperados desde Dialnet y Scielo); y es posible que otras variedades como, por ejemplo, la argentina, que cuenta hoy en día con un número creciente de estudios, estén aquí menos representadas. Este es sin duda un aspecto que cabe mejorar ampliando el corpus.

Por último, en lo que concierne a la unidad de registro "no empírico", se analizaron las categorías de género y la de tópico, esta última en el caso de los artículos que no indagan sobre ningún género específico sino sobre las interacciones en Internet en general. Como se puede observar en la FIGURA 6, la principal atención de estos estudios radica en el tipo de lenguaje que se ha originado en Internet; los autores buscan caracterizar ese 'lenguaje' de manera transversal, independientemente del canal de comunicación analizado, en otras palabras, entienden el lenguaje en Internet como un fenómeno con características estables que no varía ni en relación con el medio ni en relación con factores sociales. Cabe señalar que, en gran parte de estos estudios, se manifiesta una preocupación por las consecuencias que puede tener la irrupción de las nuevas tecnologías para la lectura.

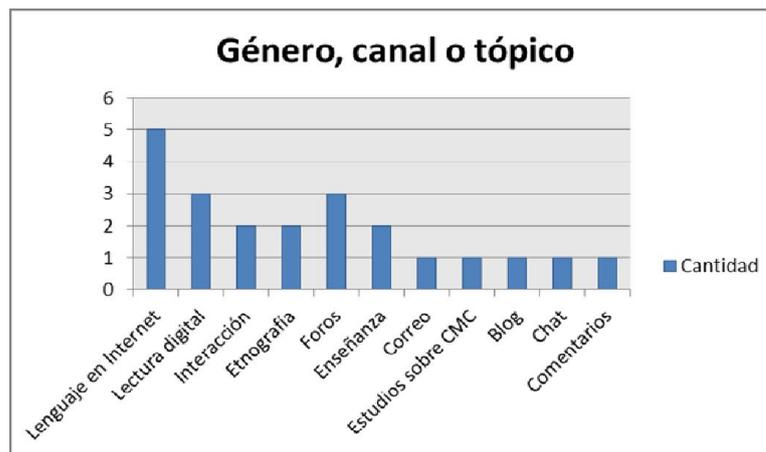


FIGURA 6. Tópicos y canales en las investigaciones sin datos empíricos

5. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

En base a estos primeros resultados podemos destacar tres aspectos. Por un lado, es interesante notar la correlación entre la declaración explícita del objetivo del estudio, el carácter empírico del mismo y la atención sobre un cibergénero específico o dos, a medida que avanza el tiempo y aparecen nuevos estudios sobre la CMO tanto en español como en otras lenguas. Si el investigador pretende *analizar* o *caracterizar* lingüísticamente el discurso mediado por la tecnología, se basa generalmente en un corpus de datos constituido a tal efecto sobre interacciones comunicativas en un determinado canal, generalmente el chat en los inicios de la disciplina, y en las redes sociales como Facebook o Twitter, en análisis más recientes. Además, a partir del 2005, el campo de estudio se dota, por un lado, de un cuadro teórico más sólido que se apoya, por ejemplo, en distintas propuestas sobre géneros, en los postulados del análisis conversacional o los modelos de análisis de la (des)cortesía en español; por otro lado, adopta los métodos propios del análisis lingüístico y discursivo, dejando atrás reflexiones o descripciones más o menos intuitivas de ese tipo de discurso, basadas a menudo en la observación de pocos ejemplos.

Por otra parte, y en relación con este último punto, podemos afirmar que a medida que la tecnología evoluciona –en particular cuando se pasa de los canales y herramientas de la Web 1.0 a los de la Web 2.0–, se observa

un interés decreciente respecto a determinados cibergéneros que, sin embargo, se usan aún. Este es el caso, por ejemplo, de las listas de distribución o incluso del correo electrónico, que cuenta con pocos estudios publicados a cierta distancia los unos de los otros (09_CMC del 2002; 19_CMC del 2003; 29_CMC del 2006 y 65_CMC del 2012).

La mayor atención por parte de la investigación sobre determinados géneros electrónicos se debe quizá a los rasgos tecnológicos como, por ejemplo, su carácter sincrónico o público (cfr. Herring, 2007). De hecho, el carácter privado del correo dificulta la recolección, análisis y publicación de datos auténticos, con implicaciones para la constitución de corpus; en cambio, los espacios de interacción pública, ya sean sincrónicos como el chat o asincrónicos, como los comentarios a las noticias de la prensa digital o el microblog Twitter, facilitan la recogida de datos y su posterior análisis, aunque en estos casos se deban tener en consideración cuestiones éticas como la de la privacidad (cfr. Mancera Rueda y Pano Alamán, 2014).

En cualquier caso, junto al número creciente de estudios que se vuelcan en las redes sociales, siguiendo también una tendencia general en el análisis del discurso mediado por ordenador en otras lenguas, se mantiene el interés de la investigación por los chats –que constan del mayor número de investigaciones hasta la fecha–, los foros de debate, los comentarios en diarios digitales y los blogs, que siguen vigentes y que los usuarios combinan hoy en días con medios como las redes sociales o whasap.

Cabe señalar, por último, el mayor número de artículos dedicados a analizar la variedad peninsular del español respecto a otras variedades. Como decíamos, este es un aspecto que necesita mayor atención, pues este dato podría estar determinado por la tipología de textos seleccionados para este análisis. De todos modos, este resultado permite afirmar que en general los análisis se centran en una única variedad y que de momento no se han llevado a cabo investigaciones comparativas o desde una perspectiva variacional.

6. A MODO DE CONCLUSIÓN

A través de este análisis de contenido, de carácter exploratorio, hemos intentado ilustrar el carácter heterogéneo de las investigaciones sobre la CMO en español, a pesar de que, como se ha visto, los enfoques y las metodologías tienden hoy en día a converger sobre algunas cuestiones.

Tras constatar la ausencia de estudios dedicados a establecer una periodización y caracterización de dichas investigaciones, el presente trabajo ha intentado ofrecer un primer panorama crítico sobre los enfoques teóricos y metodológicos que han caracterizado las investigaciones sobre CMO en español en los últimos veinte años. Este trabajo se enmarca dentro de un proyecto más amplio de análisis del discurso mediado por ordenador, basado en una serie de corpus anotados de interacciones en la Red, así como en metodologías propias del análisis lingüístico del discurso y de la pragmática, que tenga en cuenta diferentes variedades del español y que se apoye en una clasificación razonada de los géneros digitales o cibergéneros.

Un primer paso en este sentido era el de llevar a cabo un estado de la cuestión que, además de explorar lo que se ha hecho, permitiera establecer hipótesis de trabajo para futuras investigaciones. De hecho, el corpus de artículos de investigación utilizado para el presente estudio es un precorpus que nos ha permitido identificar algunas tendencias en la disciplina, que cabe seguir investigando. Somos por tanto conscientes de que será necesario, por un lado, ampliar el corpus a otros estudios publicados, por ejemplo, en forma de monografías, tesis, actas de congresos y artículos en revistas no digitalizadas; y, por otro lado, profundizar en el contenido de estos textos adoptando un número mayor de categorías de análisis.

BIBLIOGRAFÍA

Androutsopoulos, J. (2011). From variation to heteroglossia in the study of computer-mediated discourse. En C. Thurlow & K. Mroczek (Eds.), *Digital Discourse: Language in the New Media* (pp. 277-298). New York, Oxford University Press.

- Baron, N. S. (2008). *Always on: language in an online and mobile world*. New York: Oxford University Press.
- Beißwenger, M. & Storrer, A. (2008). Corpora of Computer-Mediated Communication. En A. Lüdeling & M. Kytö (Eds.), *Corpus Linguistics. An International Handbook* (pp. 292-308). Berlin: de Gruyter.
- Berg, B. L. (2001). An introduction to content analysis. En Berg, B.L. *Qualitative Research Methods for the Social Sciences* (pp. 238-267). Boston: Allyn & Bacon.
- Briz Gómez, A. (2014). Hablar electrónicamente por escrito. *CHIMERA. Romance Corpora and Linguistic Studies*, 1, 77-89.
- Caballero, R. (2008) Theorizing about Genre and Cybergenre. *CORELL: Computer Resources for Language Learning*, 2, 14-27.
- Chiari, I. y Canzonetti, A. (2012). La comunicazione mediata dal computer: la questione del genere e il problema dell'annotazione. *Atti del XII Congresso SILFI* (Helsinki, 18-20 giugno 2012).
- Fuentes Rodríguez, C. (2013). Los comentarios en la prensa digital. En C. Fuentes Rodríguez (Ed.). *Imagen social y medios de comunicación* (pp. 199-247). Madrid: Arco Libros.
- Helfrich, U. (2014). Face-work and flaming in social media. En K. Bedijs, G. Held & C. Maaß (Eds.), *Face work and social media* (pp. 297-321), Münster: LIT-Verlag.
- Herring, S. C. (2001). Computer-Mediated Discourse. En D. Schiffrin, D. Tannen & H.E. Hamilton (Eds). *The Handbook of Discourse Analysis* (pp. 612-634). Oxford: Blackwell.
- Herring, S. C. (2007). A faceted classification scheme for computer-mediated discourse. *Language@Internet*, 4. Recuperado el 15 de Marzo, 2015 de <http://www.languageatinternet.org/articles/2007/761>
- Herring, S. C. (2013). Discourse in Web 2.0: Familiar, Reconfigured, and Emergent. En D. Tannen & A. M. Tester (Eds.), *Discourse 2.0: Language and new media* (pp. 1-25). Washington, DC: Georgetown University Press.
- Katz, J.E. & M.A. Aakhus (eds.) (2002). *Perpetual contact, mobile communication, private talk, public performance*. Cambridge: Cambridge University Press.

- Kaul de Marlangeon, S. & Cordisco, A. (2014). La descortesía verbal en el contexto político-ideológico de las redes sociales. *Revista de filología de la Universidad de La Laguna* (32), 145-162.
- Koch, P. & Oesterreicher, W. (2007 [1990]). *Lengua hablada en la Romania: español, francés, italiano*. Madrid: Gredos.
- Krippendorff, K. (1980). *Content Analysis: An Introduction to its Methodology*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Laborda Gil, X. (2003). Estilo y cortesía en el correo electrónico. *Tonos digital: Revista electrónica de estudios filológicos*, 6. Recuperado el 15 de Marzo, 2015 de <https://www.um.es/tonosdigital/znum6/estudios/Laborda.htm>
- López Alonso C. (2006). El correo electrónico. *Estudios de Lingüística del Español*, 24. Recuperado el 2 de Abril, 2015 de <http://elies.rediris.es/elies24/lopezalonso.htm>
- López Alonso, C. & Seré, A. (Eds.) (2006). Nuevos géneros discursivos, los textos electrónicos. *Estudios de Lingüística del Español*, 24. Recuperado el 2 de Abril, 2015 de <http://elies.rediris.es/elies24/>
- Mancera Rueda, A. (2009). Manifestaciones de descortesía y violencia verbal en los foros de opinión digitales de los diarios españoles. *Discurso & Sociedad*, 3(3), 437-466.
- Mancera Rueda, A. (2011). *¿Cómo se "habla" en los cibermedios? El español coloquial en el periodismo digital*. Bern: Peter Lang.
- Mancera Rueda, A. & Pano Alamán, A. (2013a). *El discurso político en Twitter*. Barcelona: Anthropos.
- Mancera Rueda, A. & Pano Alamán, A. (2013b). *El español coloquial en las redes sociales*. Madrid: Arco Libros.
- Mancera Rueda, A. & Pano Alamán, A. (2014). Las redes sociales como corpus de estudio para el Análisis del discurso mediado por ordenador. En S. López Poza & N. Pena Sueiro (eds.), *Humanidades digitales: desafíos, logros y perspectivas de futuro* (pp. 305-315), *Janus. Anejo 1*. Recuperado el 15 de Marzo, 2015 de <http://bit.ly/1gYmw1f>
- Mariottini, L. & Orletti, F. (2006). La construcción de la identidad y la expresión de la cortesía/descortesía verbal en los chats. En J. L. Blas Arroyo, M. Velando & M. Casanova (Coords.) *Discurso y sociedad:*

- contribuciones al estudio de la lengua en contexto social* (pp. 687-698). Castellón: Universitat Jaume I.
- Moya Muñoz, P. (2015). La influencia de la Web 2.0 en la comunicación: una aproximación desde la Comunicación Mediada por Ordenador. *Lengcom*, 4(3). Recuperado el 9 de Abril, 2015 de <http://bit.ly/1Q9ReIO>
- Noblía, M.V. (2004). La ironía en los chats: una forma de preservar las imágenes y administrar los conflictos en las conversaciones mediadas por computadoras. En D. Bravo & A. Briz (Eds.), *Pragmática sociocultural: estudios sobre el discurso de cortesía en español* (pp. 371-397). Barcelona: Ariel.
- O'Reilly, T. (2005). What is Web 2.0? Design patterns and business models for the next generation of software. *O'Reilly Network*. Recuperado el 15 de Marzo, 2015 de <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>
- Pano Alamán, A. (2008). Dialogar en la Red. La lengua española en chats, e-mails, foros y blogs. BERN, Peter Lang.
- Parodi, G. (2010). *Lingüística de corpus: de la teoría a la empiria*. Frankfurt: Iberoamericana Vervuert.
- Piñuel Raigada, J. L. (2002). Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido. *Estudios de Sociolingüística*, 3(1), 1-42.
- Placencia, M.E. & Fuentes Rodríguez, C. (Eds.) (2014). Discurso e identidad en el ciberespacio hispano. *Discurso & Sociedad* 8(3). Recuperado el 15 de Abril, 2015 de <http://www.dissoc.org/ediciones/v08n03/>
- Salazar, W. Á. (2001). *La virtualización del lenguaje verbal coloquial en Internet*. II Congreso Internacional de la Lengua Española. Recuperado el 15 de Marzo, 2015 de <http://bit.ly/1jpRqE0>
- Sanmartín, J. & González, V. (2013). Facebook y discurso turístico: tenor funcional y estrategias pragmalingüísticas en turismo Madrid y Turismo Sevilla. En A. Cabedo, J.M. Aguilar & E. López Navarro, *Estudios de Lingüística: investigaciones, propuestas y aplicaciones* (pp. 243-253), Valencia: Universitat de València.
- Thurlow, C. & K. Mroczek (2011) (Eds.). *Digital Discourse: Language in the New Media*. New York: Oxford University Press.

Yus, F. (2001). *Ciberpragmática. El uso del lenguaje en Internet*. Barcelona: Ariel.

Apéndice

Listado de artículos de investigación considerados en el presente estudio

Código	Año	Autor	Título	Nombre de la revista
01_CMC	1998	Gómez Cruz & Galindo Núñez	La CMC: Comunicación Mediada por Computadora, Caso BBS	<i>Razón y Palabra</i>
02_CMC	2000	Mayans i Planells	El lenguaje en los chats, entre la diversión y la subversión	<i>iWorld 29</i>
03_CMC	2001	Gutiérrez Maldonado & Mora	Personalidad, sexo y comunicación mediada por ordenador a través de Internet	<i>Anuario de psicología</i>
04_CMC	2001	Ramón Carrión	Las noticias de última hora en los periódicos digitales	<i>Estudios sobre el mensaje periodístico</i>
05_CMC	2001	Torres i Vilatarsana	Funciones pragmáticas de los emoticonos en la comunicación mediatizada por ordenador	<i>Textos de la Cibersociedad</i>
06_CMC	2002	Almela Pérez	Vieja gramática vs. nuevos formantes léxicos	<i>Revista de Investigación Lingüística</i>
07_CMC	2002	Belda Medina	La comunicación en español a través del correo electrónico	<i>Revista de Investigación Lingüística</i>
08_CMC	2002	Ballesteros-Moscósio, Estebanz García & Mingorance Díaz	La comunicación mediada por ordenador en el proceso de aprendizaje adulto	<i>Innovación educativa</i>
09_CMC	2002	Blanco Rodríguez	El chat: la conversación escrita	<i>Estudios de Lingüística</i>
10_CMC	2002	Calvo Revilla	Cambios lingüísticos ante el proceso de innovación tecnológica de la comunicación digital	<i>Espéculo</i>
11_CMC	2002	Galina Russell	La lectura en la era digital	<i>Biblioteca Universitaria: Revista de la Dirección de Bibliotecas de la UNAM</i>

12_CMC	2002	Llisterri	Marcas fonéticas de la oralidad en la lengua de los chats: elisiones y epéntesis consonánticas	<i>Lengua española e Internet. Revista de Investigación Lingüística</i>
13_CMC	2002	Mayans i Planells	De la incorrección normativa en los chats	<i>Revista de investigación lingüística</i>
14_CMC	2002	Núñez Mosteo	Internet, fábrica de sueños. Claves para la comprensión de la participación en foros y chats	<i>Digit-HUM. Revista digital d'humanitats</i>
15_CMC	2002	Pérez i Garcias	Elementos para el análisis de la interacción educativa en los nuevos entornos de aprendizaje.	<i>Pixel-Bit: Revista de medios y educación</i>
16_CMC	2002	Posteguillo Gómez	La influencia del inglés de Internet en la lengua española	<i>Revista de investigación lingüística</i>
17_CMC	2003	García Gabaldón	La configuración lingüística, comunicativa y tecnológica de los correos electrónicos	<i>LinguaX. Revista de Lenguas Aplicadas</i>
18_CMC	2003	García Loreto & Moral Toranzo	Un nuevo lenguaje en la Red	<i>Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación</i>
19_CMC	2003	Laborda Gil	Estilo y cortesía en el correo electrónico	<i>Tonos digital: Revista electrónica de estudios filológicos</i>
20_CMC	2004	Cruz Piñol	La lengua española en el marco de la CMO	<i>Español actual: Revista de español vivo</i>
21_CMC	2004	Laborda Gil	Foros virtuales, ética lingüística y aspectos legales	<i>Revista de Educación a Distancia</i>
22_CMC	2004	López Quero, Calero Vaquera & Zamorano Aguilar	Foros de debate vs. otros discursos electrónicos	<i>Español actual: Revista de español vivo</i>
23_CMC	2004	Rocha	El lenguaje de los jóvenes en el chat	<i>Estudios sobre Culturas Contemporáneas</i>
24_CMC	2005	Gómez Cruz et al.	Apuntes sobre la realidad como marco	<i>Andamios</i>

			teórico para el estudio de la comunicación mediada por ordenador	
25_CMC	2005	Gómez Cruz & Galindo Núñez	Los Estudios de Comunicación Mediada por Computadora: una Revisión y algunos Apuntes	<i>Razón y Palabra</i>
26_CMC	2005	Laborda Gil	Tecnologías, redes y comunicación interpersonal. Efectos en las formas de la comunicación digital	<i>Anales de documentación</i>
27_CMC	2006	Araújo e Sá & Melo	Del caos a la creatividad: los chats entre lingüistas y didactas	<i>Estudios de Lingüística del Español</i>
28_CMC	2006	Gouti	Intercambios en los foros de debate: algunos elementos de reflexión para un acercamiento lingüístico	<i>Estudios de Lingüística del Español</i>
29_CMC	2006	López Alonso	El correo electrónico	<i>Estudios de Lingüística del Español</i>
30_CMC	2006	Martin	La comprensión oral en un entorno informatizado	<i>Estudios de Lingüística del Español</i>
31_CMC	2006	Noguera Vivo	La oralidad del chat en estudiantes universitarios	<i>AlterTexto</i>
32_CMC	2006	Séré	El documento hipertexto en el discurso de la transmisión de conocimientos	<i>Estudios de Lingüística del Español</i>
33_CMC	2007	Fraca Barrera	El chateo desde la ciberlingüística	<i>Argos</i>
34_CMC	2007	Gómez-Camacho	La ortografía del español y los géneros electrónicos	<i>Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación</i>
35_CMC	2007	Martínez Sánchez	El blog como fenómeno semiótico	<i>Tonos digital. Revista electrónica de Estudios filológicos</i>
36_CMC	2007	Romano	Análisis de la producción discursiva de escenas en una conversación coloquial de chat	<i>Subjetividad y Procesos cognitivos</i>
37_CMC	2008	Arcila Calderón	La producción comunicativa de la	<i>Anuario Ininco</i>

			identidad en los entornos virtuales	
38_CMC	2008	García Cabrero, Márquez Ramírez, Bustos Sánchez, Díaz & Espíndola	Análisis de los patrones de interacción y construcción del conocimiento en ambientes de aprendizaje en línea: una estrategia metodológica	<i>Redie</i>
39_CMC	2008	Pano Alamán	Estrategias comunicativas y lingüísticas en listas y foros de debate en Internet	<i>CLAC. Círculo de Lingüística aplicada a la Comunicación</i>
40_CMC	2008	Parrilla	Alteraciones del lenguaje en la era digital	<i>Comunicar</i>
41_CMC	2008	Cattafi & Zambrano	Comunicación colaborativa: aspectos relevantes en la interacción humano-humano mediada por la tecnología digital	<i>Enlace</i>
42_CMC	2009	Arcila Calderón	El sí-mismo y el-otro en la comunicación digital. La presentación de la persona en los entornos virtuales	<i>Razón y Palabra</i>
43_CMC	2009	Cabedo Nebot	Consideraciones gráficas y lingüísticas del lenguaje cibernético: el chat y el Messenger	<i>Tonos digital. Revista electrónica de Estudios filológicos</i>
44_CMC	2009	Casanova, Álvarez Valdivia & Gómez Alemany	Propuesta de indicadores para evaluar y promover el aprendizaje cooperativo en un debate virtual.	<i>Eduotec: Revista electrónica de tecnología educativa</i>
45_CMC	2009	Díaz-Noci	Multimedia y modalidades de lectura: una aproximación al estado de la cuestión	<i>Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación</i>
46_CMC	2009	Mancera Rueda	Manifestaciones de descortesía y violencia verbal en los foros de opinión digitales de los diarios españoles	<i>Discurso&Sociedad</i>
47_CMC	2009	Moral Toranzo	Internet como marco de comunicación e interacción social	<i>Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación</i>

48_CMC	2009	Stein de Sparvieri	Muestra de una investigación sobre análisis del discurso de páginas web de asociaciones de discapacidad de distintos países con metodología ADL	<i>Revista Subjetividad y Procesos Cognitivos</i>
49_CMC	2010	Arcila Calderón	La presentación del sí-mismo en Blogs y Redes Sociales	<i>Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social</i>
50_CMC	2010	Barrera	Ficción en un blog de Internet: el autor propone, el lector infiere y dispone	<i>Enl@ce: Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento</i>
51_CMC	2010	Beléndez Vázquez & Suriá Martínez	Apoyo a un «click» de ratón: los foros de Internet para problemas de salud	<i>Acción psicológica</i>
52_CMC	2010	Berlanga & Martínez	Ciberlenguaje y principios de retórica clásica. Redes sociales: el caso Facebook	<i>Enl@ce Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento</i>
53_CMC	2010	Topa Cantisano, Morales Díaz, Moriano León & Beléndez Vázquez	Apoyo social online e identificación con el grupo: su influencia sobre las quejas de salud y la satisfacción vital	<i>Acción psicológica</i>
54_CMC	2010	Torrego González	Eskriibo en el Tuenti como pronunciioh'. Apuntes sobre la ortografía en una red social	<i>Tarbiya: Revista de investigación e innovación educativa</i>
55_CMC	2011	Carmona Jiménez	Tensiones de la etnografía virtualteoría, metodología y ética en el estudio de la comunicación mediada por computador	<i>F@ro: revista teórica del Departamento de Ciencias de la Comunicación</i>
56_CMC	2011	Gallego Arrufat & Gutiérrez Santiuste	Analizar la comunicación mediada por ordenador para la mejora de procesos de enseñanza-aprendizaje.	<i>Profesorado: Revista de curriculum y formación del profesorado</i>
57_CMC	2011	Pérez Sabater	Cartas por Internet: las implicaciones lingüísticas y estilísticas de los mensajes de correo electrónico y los comentarios del sitio de redes sociales Facebook	<i>RESLA</i>
58_CMC	2011	Placencia	Yahoo! Respuestas como columna de	<i>Tonos digital: Revista electrónica de</i>

			consejo:salgunos rasgos de un género híbrido	<i>estudios filológicos</i>
59_CMC	2011	Torrego González	Algunas observaciones acerca del léxico en la red social tuenti	<i>Tonos digital: Revista electrónica de estudios filológicos</i>
60_CMC	2011	Vela Delfa & Jiménez Gómez	El sistema de alternancia de turnos en los intercambios sincrónicos mediatizados por ordenador	<i>Pragmalingüística</i>
61_CMC	2011	Vigara Tauste & Hernández Toribio	Ciber(des)cortesía en los foros de opinión de la prensa escrita: un ejemplo	<i>Estudios de lingüística</i>
62_CMC	2012	Abejón, Sastre & Linares	Facebook y Twitter en campañas electorales en España	<i>Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social</i>
63_CMC	2012	Menna	Nuevas formas de significación en red: el uso de las #etiquetas en el movimiento 15M	<i>Estudios de Lingüística del Español</i>
64_CMC	2012	Tedeschi	El blog: ¿Una nueva frontera para el ensayo?	<i>Revista iberoamericana</i>
65_CMC	2012	Vela Delfa	Análisis pragmático del 'asunto' en los correos electrónicos: ¿son relevantes nuestros mensajes?	<i>Ogigia: Revista electrónica de estudios hispánicos</i>
66_CMC	2013	Chiecher	Interacciones entre alumnos en entornos mediados por TIC: un análisis de la dimensión social de los intercambios	<i>RIED: revista iberoamericana de educación a distancia</i>
67_CMC	2013	Sal Paz	Comentario digital: género medular de las prácticas discursivas de la cibercultura	<i>Caracteres: estudios culturales y críticos de la esfera digital</i>
68_CMC	2013	Arancibia Aguilera & Montecino Soto	El blog de comentarios a textos de opinión en ciberperiódicos: un género en constante reconstrucción	<i>Literatura y Lingüística</i>
69_CMC	2013	López Ireta & González	Las expresiones agresivas en los	<i>Tonos digital: Revista de estudios</i>

		Arias	comentarios de los usuarios de blogs periodísticos: un análisis por medio de la teoría de la valoración	<i>filológicos</i>
70_CMC	2014	Chierichetti	Descortesía en las páginas de Facebook de festivales de música	<i>Normas: revista de estudios lingüísticos hispánicos</i>
71_CMC	2014	Figueras Batet	Pragmática de la Puntuación y Nuevas Tecnologías	<i>Normas: revista de estudios lingüísticos hispánicos</i>
72_CMC	2014	Mancera Rueda & Helfrich	La crisis en 140 caracteres: el discurso propagandístico en la red social Twitter	<i>Cultura, lenguaje y representación: revista de estudios culturales de la Universitat Jaume I</i>
73_CMC	2014	Mancera Rueda & Pano Alamán	Las redes sociales como corpus de estudio para el Análisis del discurso mediado por ordenador	<i>Janus</i>
74_CMC	2014	Mancera Rueda	Cortesía en 140 caracteres: interacciones en twitter entre periodistas y prosumidores	<i>Revista de filología de la Universidad de La Laguna</i>
75_CMC	2014	Vásquez Valderrama & Beltrán	Mito y discurso sobre la sexualidad adolescente en páginas web de habla hispana	<i>Encuentros</i>
76_CMC	2014	González	El metadiscursos en los comentarios de lectores de noticias en un ambiente virtual y público	<i>Spanish in context</i>
77_CMC	2014	González & Rodríguez	Interacción en cibermedios entre el artículo periodístico y los comentarios en línea de los lectores: la reacción de los lectores ante noticias y columnas de opinión	<i>Calidoscopio</i>