

**MENSAJES, PUBLICACIONES, COMENTARIOS Y OTROS TEXTOS
BREVES DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL**

Lucia Cantamutto¹

(Universidad Nacional del Sur. Departamento de Humanidades. Bahía
Blanca, Argentina)

luciacantamutto@gmail.com

Cristina Vela Delfa

(Universidad de Valladolid. Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la
Comunicación. Departamento de Lengua Española. Segovia, España)

vela@fyl.uva.es

**MESSAGES, PUBLICATIONS, COMMENTS AND OTHER BRIEF TEXTS
OF THE DIGITAL COMMUNICATION**

Fecha de recepción: 26.07.2019 / Fecha de aceptación: 11.12.2019

Tonos Digital, 38, 2020 (I)

RESUMEN:

El objetivo de este trabajo es caracterizar el texto breve como género emergente del discurso digital. Partimos de la hipótesis de que los géneros discursivos son respuestas lingüísticas tipificadas a ciertas necesidades comunicativas, que en el caso del discurso digital, están influidos de forma directa por las características del medio. Para abordar nuestros objetivos de investigación optamos por una propuesta metodológica que combina el análisis de textos reales, con los resultados de unas entrevistas abiertas y una encuesta de hábitos sociales sobre los textos breves en internet. A partir de estos instrumentos, se identificaron dos subtipos pertenecientes al

¹ El orden de las autoras es alfabético. Las dos autoras han colaborado por igual en concepción y planificación y redacción del trabajo. Todas las ideas de este artículo son fruto de la reflexión que ambas autoras llevan desarrollando de forma colaborativa en el ámbito de proyecto CoDiCE (disponible en www.codice.aplicacionesonline.com) que ellas dirigen.

género discursivo del texto breve, el mensaje y la publicación/comentario, que se distinguen por el carácter privado o público del intercambio.

Palabras clave: género; discurso digital; whatsapp; twitter; discurso.

ABSTRACT:

The aim of this work is short text characterization as an emerging discursive genre from digital discourse. Our hypothesis is that discursive genres are typified linguistic responses to communicative purposes that, in the case of digital discourse, are directly influenced by the characteristics of the medium. To approach our research objectives, we opted for a mixed methodological proposal that combines the analysis of real texts, with the results of open conversation and a test over short texts on the Internet. We conclude to separated two short text subtypes, the message and the publication/commentary, which are distinguished by the private or public nature of the exchange.

Keywords: discursive genre, digital discourse, whatsapp, twitter

0. INTRODUCCIÓN

Las interacciones digitales tienen lugar en la medida en que diferentes aplicaciones mediadoras permiten que dos o más hablantes interactúen. Desde hace más de dos décadas, a partir de los pioneros trabajos de Decembre (1993) y Herring (1996), la investigación en torno al discurso digital se ha interesado en describir el modo en que las mediaciones de los dispositivos y de las aplicaciones influyen en la configuración discursiva. En múltiples ocasiones, el foco se ha puesto en las características que una determinada interfaz imprime sobre los procesos de comunicación. Estos enfoques, si bien ayudan a comprender el fenómeno, suelen sobredimensionar propiedades estrictamente paratextuales, omitiendo otros rasgos importantes que son comunes al discurso digital y que le confieren ciertas características de conjunto. Al fin y al cabo, son los mismos miembros de la comunidad de habla quienes utilizan las

herramientas disponibles para llevar adelante sus metas comunicativas de forma flexible y adaptándolas a sus propósitos y necesidades comunicativas (Yates & Orlikowski, 1992). En otras palabras, a pesar de las diferencias entre las distintas aplicaciones, el punto de inicio y de partida es siempre el mismo: personas (usuarios/hablantes) intentando comunicarse.

Establecer clasificaciones reales y eficientes de los géneros discursivos no resulta fácil. Distintos modelos teóricos nos dan pistas sobre cómo abordar esta cuestión. Así, desde perspectivas diversas, se proponen modelos que insisten en el papel que las comunidades discursivas tienen en la configuración de los géneros discursivos que manejan. La distribución de los distintos géneros está determinada por las representaciones mentales que se proyectan sobre ellos. Los géneros son respuestas lingüísticas tipificadas a ciertas necesidades comunicativas. No obstante, desde la propuesta bajtiniana de género, basada en la idea de esquemas que se repiten para conseguir propósitos comunicativos, hasta las propuestas de los estudios retóricos de género, que focalizan en las acciones sociales y en las percepciones, expectativas y experiencias de los usuarios y grupos de usuarios que en los rasgos específicamente semánticos y léxico-gramaticales de los textos (Navarro, 2019), la forma en que se ha ido configurando la noción de género ha evolucionado a lo largo de la bibliografía².

En este proceso de identificación y sistematización de los repertorios de géneros es importante atender a los nombres que los miembros de la comunidad utilizan para referirse a sus prácticas discursivas, dado que nos dan pistas sobre sus propiedades. En lo que concierne al discurso digital, resulta llamativo que, a pesar de que la mayoría de las denominaciones de sus géneros son dependientes de las aplicaciones mediadoras, encontramos otras que no dependen directamente de ellas y que nos dan pistas sobre el camino para abordar la clasificación del discurso digital y sus géneros. Así

² Podemos identificar tres escuelas, que se siguen de forma ecléctica en este trabajo: 1) los trabajos en el ámbito del English for Specific Purposes (ESP) entre los que destacamos las propuestas de Swales (1981), 2) la Escuela de Sydney, que mantienen los vínculos con la lingüística sistémica-funcional con otras como Martin et al, 1987 y 3) la Nueva retórica con el trabajo clásico de Carolyn Miller en 1984 titulado "Genre as Social Action".

sucede, por ejemplo, con el nombre “mensaje”, que puede aplicarse a textos enunciados con la mediación de distintas aplicaciones.

La influencia recíproca entre necesidad, representación y codificación se da en todos los entornos comunicativos, aunque en el discurso digital se manifiesta de forma particular. El repertorio de géneros del discurso digital está en constante evolución, tanto por ajustes que se realizan en la arquitectura de la aplicación, como por la influencia entre géneros. Esta influencia lleva a soluciones de convergencia como, por ejemplo, la reacción me gusta disponible tanto en Facebook como de manera similar –me encanta– en Twitter, que, además, se extiende a WhatsApp mediante el uso del pulgar hacia arriba con el valor de ‘me gusta’ (Sampietro, 2016).

Como se planteaba en Cantamutto y Vela Delfa (2016), el verdadero salto para entender qué sucede a nivel discursivo en la comunicación digital depende de la generación de criterios de descripción independientes de las aplicaciones. Es decir, la apuesta por una caracterización de conjunto, que permita –al mismo tiempo– dar cuenta de las particularidades de cada género, resulta superadora respecto de las descripciones basadas únicamente en la aplicación mediadora. No obstante, siguiendo a Gruber (2019), resulta necesario reconocer la importancia de los medios de comunicación y de sus posibilidades modales en la configuración de nuevos géneros discursivos. Desde esta perspectiva, Gruber (2019) defiende que los medios no pueden concebirse únicamente como contenedores semióticos pasivos con las que satisfacer las necesidades comunicativas de los interlocutores, sino que influyen de forma directa en las características formales y en los propósitos comunicativos en diferentes géneros.

En este artículo nos proponemos caracterizar el texto breve como género del discurso digital, que no depende de forma directa de ninguna aplicación de mediación, pero cuyas propiedades se han ido configurando a partir de los elementos que ha ido heredando de estas.

En tal sentido, el texto breve estaría conformado por un conjunto de prácticas discursivas que en la interacción digital escrita se identifican con una característica común: su brevedad. Un texto breve es aquel que se

produce a través de un medio eminentemente verbal (que puede incorporar la multimodalidad como sistema semiótico complementario a través del uso de emoticones o imágenes adjuntas), cuya forma está dada por diversos factores (técnicos y contextuales) que influyen en la brevedad del mismo (Cantamutto, 2018). Si bien estos textos pueden entrar en un sistema de distintos grados de construcción conjunta de significado, constituyen todos ellos textos autónomos, con la tendencia predominante a incluir un acto de habla central que se explicita en una única intervención (Briz, 2000), pero que buscan generar una respuesta verbal en su interlocutor. Ejemplos de textos breves encontramos entre los SMS, en las intervenciones por mensajería instantánea (MI), en los tuits, en ciertos correos electrónicos e incluso en notas de voz de WhatsApp o Facebook Messenger, así como en los comentarios y post.

En este trabajo indagamos las características de los textos breves en tanto que género discursivo, las representaciones mentales que derivan, en relación a esta clase de textos, de las comunidades discursivas y los nombres con que estas denominan los subtipos de textos que la integran. Para abordar estos objetivos de investigación, hemos adoptado una perspectiva metodológica que conjuga el análisis de casos, mediante el comentario de ejemplos, extraídos de procesos de observación participante, con los resultados de unas entrevistas abiertas y una encuesta de hábitos sociales sobre los textos breves en internet. El artículo se estructura en cuatro partes. En la primera, detallamos el diseño de investigación que hemos aplicado en este trabajo. En la segunda, presentamos los principales resultados de los instrumentos de recogida de datos y procedemos a una discusión y valoración de los mismos. En la tercera parte, buscamos establecer algunas generalizaciones sobre los textos breves como géneros discursivos, apoyándonos en el análisis de ejemplos reales, extraídos del corpus CoDiCE. Por último, cerramos el trabajo con unas conclusiones y propuestas para futuras investigaciones.

1. DISEÑO METODOLÓGICO

El objetivo de este trabajo es caracterizar los textos breves, que pueden configurar un género discursivo dentro de la comunicación digital, así como identificar las subclases que lo conforman atendiendo a diferencias de propósito comunicativo y características formales.

Para ello, en este trabajo, proponemos una orientación metodológica múltiple. Por un lado, hemos realizado unas entrevistas abiertas, con la intención de recabar respuestas abiertas que reflejen las creencias de los informantes sobre las producciones discursivas analizadas. Por otro lado, hemos aplicado una encuesta online con un doble objetivo. En primer lugar, buscábamos verificar si los usuarios identificaban, como miembros de género particular del discurso digital, enunciados desprovistos de información paratextual relativa a la aplicación mediadora. En segundo lugar, queríamos identificar las representaciones que los encuestados asocian a cada una de estas prácticas discursivas, en relación a los propósitos comunicativos y las propiedades textuales, así como las denominaciones que asocian a cada uno de los géneros.

Este diseño metodológico doble se justifica por nuestra intención de contrastar los resultados obtenidos en la encuesta, con las cuestiones clave que los usuarios abordaron en las entrevistas abiertas. Además, hemos realizado un análisis de muestras de lengua reales disponibles en CoDiCE³ para verificar la dinámica discursiva de los diferentes géneros y verificar, a partir de muestras reales, los resultados obtenidos con los dos instrumentos anteriores. Esta segunda fase, la del análisis de ejemplos reales, es muy importante, ya que instrumentos como las entrevistas o las encuestas proporcionan datos sobre las representaciones mentales, creencias y valoraciones y no tanto sobre actitudes reales de uso. Ciertamente es que la identificación de creencias y actitudes resulta fundamental en la caracterización de los géneros discursivos, no obstante nos parece

³ La base de datos CoDiCE (Comunicación Digital: corpus del español) es un proyecto que reúne muestras de lengua de interacciones privadas del discurso digital. Está disponible en www.aplicacionesonline.codice.com.ar (véase, entre otros, Vela Delfa & Cantamutto, 2015).

necesario también el contraste de esos resultados con muestra reales de lengua.

En las entrevistas abiertas se trabajó a partir de tres ejemplos de textos breves. Estos mensajes se presentaron, primero, en formato de texto plano, es decir, desprovistos de sus rasgos paratextuales y, luego de intentar identificar la interface de origen, se exponían las capturas de pantalla que reproducían todas las marcas paratextuales de la aplicación mediadora del intercambio.

El método era sencillo. Los tres ejemplos se presentaban simultáneamente y se pedía a los sujetos que indicaran cuál creían que había sido la aplicación/plataforma a través de la cual habían sido enviados/recibidos. A partir de esta pregunta, los participantes abrieron reflexiones en torno a la brevedad de los mensajes, a su orientación interaccional, al carácter privado que los definía. A continuación recogemos la TABLA 1 una transcripción de los ejemplos con que se trabajó en las entrevistas.

¿En qué aplicación se generó este intercambio?			
Emisor A	Vale no quiere ir tan temprano, con la humedad que hay no le va a durar el peinado. Yo me voy al hospi otra vez a ver si pueden enchutsrme	ya es casi un hecho lo de huangue. hay que escribirles a los de alla! alan se prende.. lo bueno sería decirle a mauro que se acerque hasta huangue. le escribis, rusa?	Reserva ruchi en.este lugar porfa
Emisor B	Oki. Cuidate. Besos	Dale , mañana le escribo	Okkk

Tabla 1 Ejemplos de intercambios en diferentes aplicaciones presentados en las entrevistas en formato texto plano

En las respuestas de los participantes de las entrevistas la cuestión sobre la interfaz o aplicación de origen quedaba marginada respecto a las características transversales que alinean estos tres intercambios y que daban pie a pensar en producciones discursivas que se sitúan por encima de

las herramientas de mediación que los hacen posibles. Seguidamente, se solicitó a los asistentes que identificaran a qué género del discurso digital correspondía cada uno de los ejemplos. La mayoría de las veces, los participantes indicaron que esos textos podían ser tanto SMS como intervenciones de MI o correo electrónico, y que no les era posible decidir con seguridad con que aplicación se había gestionado el intercambio en el que se produjeron (véase Cantamutto y Vela Delfa, 2016).

En esta fase de la discusión, la conclusión mayoritaria apuntó a que no era posible encontrar, a priori, marcas lingüísticas ni rasgos en la conformación discursiva que permitieran discernir cuál fuera la aplicación mediadora del intercambio. Sin embargo, los participantes sostuvieron ser capaces de identificar ciertas regularidades en el conjunto de ejemplos que les había permitido establecer vínculos entre ellos, en relación tanto a los propósitos comunicativos de los supuestos interlocutores, como a las características lingüísticas de los textos.

Al finalizar esta primera fase, se presentó a los participantes los mismos textos pero en formato de capturas de pantalla. En tales circunstancias, los elementos paratextuales orientaban de forma certera la respuesta. Es decir, ante la ausencia de marcas extralingüísticas, los hablantes reconocen como pertenecientes a una misma clase, la de los textos breves, producciones discursivas que habían sido en diferentes contextos: SMS, correo electrónico y MI, respectivamente. Con la presencia de estas marcas, las respuestas se orientaban –posteriormente– hacia el reconocimiento de algunas diferencias.

Estos resultados exploratorios fueron la base para diseñar una encuesta, implementada en un formulario online⁴, organizada en tres partes. En la primera parte de la encuesta, se solicitó a los colaboradores que identificaran en qué aplicación se habían producido cinco muestras de lengua (las tres de los entrevistas abiertas y dos más extraídas de Facebook y Twitter) de intervenciones iniciativas y reactivas, a través de una lista

⁴ Disponible en <https://goo.gl/forms/yPHyA3X88bljYEov2>

cerrada de opciones para sistematizar las intuiciones iniciales. Las alternativas posibles eran: correo electrónico, SMS, WhatsApp, Facebook Messenger, Muro de Facebook, Twitter, otra. Del mismo modo que se hizo en los grupos de discusión, en la encuesta, los enunciados se dieron desprovistos de los elementos paratextuales y los rasgos multimodales propios de cada aplicación. En esta sentido, merece una especial mención el ejemplo 4, que incluía un hipervínculo apelativo (Cautín-Epifani, 2015), rasgo que podría considerarse como exclusivo de ciertos entornos, que incluyen esta opción en el diseño de su interfaz, frente a otros que no la tienen incorporada. Sin embargo, tal cuestión no resultó decisiva en las respuestas.

En una segunda parte de la encuesta, se preguntó sobre los criterios que los informantes emplearon para identificar los textos como relativos a uno u otros modelos. Por último, en la tercera parte, se realizó una pregunta abierta en relación al uso personal de cada una de estas aplicaciones, a fin de detectar las necesidades comunicativas que satisfacían cada uno de estos entornos, así como las denominaciones que los miembros de la comunidad utilizan para referir a estas prácticas discursivas.

En total, obtuvimos 103 respuestas. Respecto a la edad, el 53,9% de los colaboradores tiene entre 21 y 35 años, el 27,5% entre 36 y 50 años, el 13,7% son menores de 20 años y el restante 4,9% tiene más de 50 años. La mayoría de las respuestas provienen de Argentina y España, y, en un porcentaje menor, hablantes de español residentes en Alemania, Italia, Canadá y otros no especificados. Todos ellos son usuarios regulares de estos entornos de comunicación y por lo tanto informantes expertos en el tema.

2. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los instrumentos metodológicos diseñados e implementados nos han permitido obtener datos en relación a dos cuestiones centrales para nuestra investigación. La primera de ellas tiene que ver con la posibilidad de identificar el género discursivo de los textos breves, en ausencia de marcas paratextuales que tienden a provocar que se prioricen las cuestiones

tecnológicas sobre las discursivas. La segunda se relaciona con la exploración de los nombres que la comunidad discursiva otorga a géneros, como fuente para acercarnos a la representación mental que tienen de estas acciones retóricas recurrentes.

En la fase exploratoria de las entrevistas pudimos comprobar que, en ausencia de información paratextual, los colaboradores reconocían similitudes evidentes entre los textos presentados, a pesar de haber sido producidos y enviados a través de aplicaciones diferentes. En las respuestas de la encuesta, las primeras tres muestras de lengua, un SMS, un correo electrónico y un WhatsApp, respectivamente, fueron identificadas mayoritariamente como interacciones realizadas por WhatsApp. ¿Cómo podemos explicar esta convergencia? Probablemente, porque el mayor caudal de interacciones digitales escritas en la actualidad se desarrolla en esta aplicación de MI, lo que lleva a los encuestados a seleccionarla como opción prioritaria a la hora de asociar textos con entornos comunicativos. De hecho, entre las distintas alternativas, existe un gran desfase de uso: algunas se emplean de forma muy marginal (SMS) y otras están en completo auge (WhatsApp). Los usuarios así lo señalan en la pregunta final de la encuesta ¿para qué usas estas aplicaciones? En casi la totalidad de las respuestas obtenidas indican que el SMS no se usa:

SMS no uso más, salvo que falle whatsapp

El "sms" prácticamente no lo utilizo, el sms casi no lo uso, solamente cuando no anda Whatsapp o si yo o mi destinatario no tenemos wifi o datos.

El sms lo utilizo cuando no tengo internet o este funciona mal, El SMS no lo utilizo, salvo por error.

El análisis de los resultados relativos a estos tres enunciados o mensajes nos permite inferir una cierta falta de estabilización de las prácticas discursivas, dado que tampoco las respuestas que están en segundo lugar o en los siguientes se ordenan en función de criterios claros o asociados a invariancias textuales y contextuales. En el primer caso, el SMS elegido no cuenta con la forma prototípica de los textos breves en esta

plataforma, ya que no aparece una fórmula de saludo o vocativo al inicio (Cantamutto, 2018). Los encuestados lo identifican, en primer lugar, como una interacción por WhatsApp y, en segundo lugar, como un SMS. La tercera posición la ocupa Facebook Messenger, aplicación que no presenta grandes diferencias respecto al WhatsApp, dado que su principal distinción está en la forma de gestión de la lista de contactos (por un lado, números telefónicos y, por el otro, contactos de Facebook). El segundo mensaje, producido por correo electrónico, es identificado preferentemente como WhatsApp pero, en segundo lugar, como perteneciente a Facebook Messenger. En este caso, podemos inferir que la temática y la falta de inmediatez en el tipo de acto de habla presuponen que la interacción se desarrolle por una plataforma menos orientada a la sincronía. La información relativa al tercer enunciado resulta especialmente interesante. Un alto porcentaje de los encuestados lo identifica como publicación en el muro de Facebook, es decir, con un carácter público o semipúblico, cuando, en realidad, se trata de un texto enviado por WhatsApp. Llama la atención que este último ejemplo, el que se corresponde con una verdadera intervención de mensajería instantánea, sea reconocido como tal por un porcentaje menor de encuestados que lo hicieran con el SMS: un 53% frente a un 61%.

Como señalábamos anteriormente, los enunciados de la encuesta se dieron desprovistos de cualquier rasgo paratextual que, si bien agrega información, no deja huellas en las emisiones lingüísticas. Si sopesamos los tres ejemplos anteriores, podemos deducir que es el teléfono móvil quien imprime parte de las características que identifican a los enunciados en virtud del tamaño de su pantalla y teclado. La extensión y las estrategias pragmáticas empleadas en los tres enunciados son similares y esto favorece una identificación como el mismo género. Aunque más allá del dispositivo de acceso, la similitud entre el WhatsApp y el Facebook Messenger –ambas plataformas de Mensajería Instantánea– favorece que los encuestados reconozcan como una alternativa viable esta segunda opción, por ejemplo en el segunda de las muestras de lengua.

A continuación, en la TABLA 2 sintetizamos los resultados obtenidos en la encuesta.

	Ejemplo	WhatsApp	SMS	Face- book Messeng er	Correo electró- nico	Muro de Face- book	Twitter	Insta- gram
1	Vale no quiere ir tan temprano, con la humedad que hay no le va a durar el peinado. Yo me voy al hospi otra vez a ver si pueden enchutsrme (SMS)	62%	17%	15%	4%	2%	1%	0%
2	ya es casi un hecho lo del viaje. hay que escribirles a los de alla! alan se prende.. lo bueno sería decirle a mauro que se acerque hasta huangue. le escribis, rusa? (correo electrónico)	52%	8%	30%	9%	1%	0%	0%
3	Reserva puchi en.este lugar porfa (WhatsApp)	53%	9%	16%	3%	18%	0%	1%
4	@usuario Mejor, cariño, gracias por preocuparte :) (Twitter)	9%	0%	4%	0%	13%	70%	5%
5	Uh lo das en madrid nada más? Barcelona no? (Muro de Facebook)	22%	1%	17%	3%	50%	6%	1%

Tabla 2 Respuestas obtenidas a la pregunta ¿En qué aplicación se produjo el intercambio?

Respecto a los resultados marginales, por ejemplo, hay respuestas que asocian el primer ejemplo con un mensaje de Twitter. Sin embargo, no se encuentran motivos, en sus propiedades textuales, para justificar esta asociación. El alto grado de informalidad y de familiaridad de los ejemplos aleja las respuestas de los colaboradores de la opción correo electrónico. De hecho, al confrontar estos resultados con lo que señalan respecto al uso que hacen de las diferentes plataformas, los encuestados señalan que usan el

correo electrónico para cuestiones laborales, cuestiones formales; *para comunicarme por razones de estudio o trabajo; para cuestiones profesionales o compras on line, aunque también puede pasar que lo use para contactarme con familiares/amigos o mandarles links de cosas que me parece que les pueden gustar; casi únicamente para interacciones laborales y académica*; entre otras respuestas. Sin embargo, en el caso del ejemplo 3, la indexación espacial este lugar hace suponer que la interacción pueda haber sido producido en el muro de Facebook tanto del sitio en concreto como en alguna publicación donde se explicita qué lugar es. Ese anclaje déictico es el que conduce a la elección de muchos colaboradores por la publicación o comentario como género.

A diferencia de los fragmentos anteriores, los ejemplos 4 y 5 corresponden a comentarios o publicaciones. El primer caso es, concretamente, un tuit dentro de un hilo de Twitter, en el que dos personas entablan una conversación que se alejan de la publicación inicial. Llama la atención el alto grado de acierto de los colaboradores, a pesar de lo poco prototípico de la intervención. Es probable que el uso del hipervínculo apelativo favorezca a Twitter como la alternativa elegida por los encuestados en el 70% de las respuestas. Si bien este recurso puede emplearse en WhatsApp, Facebook e Instagram, los usuarios continúan identificando su uso con la plataforma que le dio origen, a saber, Twitter.

El último ejemplo parece presentar una dinámica de reconocimiento muy parecida a la que detectáramos para el ejemplo 3. La mayoría de las respuestas identifican el mensaje con su plataforma original: el muro de Facebook. La explicación podría explicarse nuevamente por la presencia de referencias a eventos o lugares, que llevan a los usuarios a pensar que se trata de un comentario a una publicación de Facebook (tal el caso del enunciado del ejemplo). Además, la interactividad de la respuesta, ponderada por la presencia de una interjección al inicio del mensaje, favorece su identificación como mensaje de WhatsApp.

Los resultados de la encuesta nos permiten afirmar que, en términos generales, los usuarios reconocen determinadas características (lingüísticas,

dado el uso de texto plano) que acercan y agrupan textos producidos en algunas plataformas (los tres primeros), por ejemplo, y que los distancian de otros (los dos últimos). De este modo, si bien todas las muestras de lengua seleccionadas para realizar el estudio respondían a interacciones informales, en algunos casos reactivas y, por tanto, más dialógicas, los usuarios fueron capaces de detectar una variación respecto al anclaje deíctico, a la manera que resuelven la dicotomía público/privado o a la configuración como mensaje independiente o como parte de un intercambio conformado por más de una unidad, entre otras.

Las respuestas de los encuestados distinguen claramente entre los textos de los ejemplos 1, 2 y 3, que parecen incluir en una clase distinta respecto de los ejemplos 4 y 5. Los tres primeros se consideran mensajes típicos de conversaciones escritas, por eso, prototípicamente se seleccionan como propios de WhatsApp, en tanto que aplicación mayoritaria para este fin. Los dos últimos se conciben con un carácter más público como publicaciones o post, y por eso se relacionan directamente con Facebook, Twitter e Instagram. Asimismo, los resultados más bajos se identifican con la asignación del correo electrónico como aplicación mediadora. Para los textos 1, 2 y 3 el resultado está por debajo de 10%, y en los textos 4 y 5 sin ninguna asignación. Algo parecido a lo que pasa con los SMS.

Respecto de la denominación que los usuarios otorgan a sus prácticas discursivas y la manera en que estas nos informan sobre su concepción, tanto en la encuesta como en las entrevistas, reconocemos algunas íntimamente ligadas con las aplicaciones mediadoras, por ejemplo, SMS o tuit y otras más independientes de estas. Entre estas últimas, resaltan, por un lado, el par publicación (a veces se usa el anglicismo post) y comentario y, por otro, el término mensaje. Los dos primeros se corresponden con unidades de orientación interactiva complementaria: iniciativa y reactiva. El mensaje, por el contrario, se asocia a otro modelo retórico más orientado hacia lo interpersonal y lo conversacional. En tal sentido, el significado del término mensaje suele estar restringido con la mención a la aplicación en la que se genera: mensaje de correo electrónico, mensaje de Facebook, mensaje de texto. Estas formas emergen en las respuestas de la encuesta

al señalar para qué se utilizan algunas aplicaciones. Los colaboradores señalan que envían, por un lado, mensajes informales, instantáneos, y, por otro, realizan publicaciones masivas, públicas. Las primeras se asocian a la idea de comunicar, hablar, estar en contacto, mientras que las segundas se relacionan con difundir, compartir, informar, opinar.

De todos modos, ni en la encuesta ni en los entrevistas hemos encontrado menciones explícitas a la categoría de textos breves. Sin embargo, la identificación de esta clase emerge como una implicación necesaria de algunas de las respuestas y caracterizaciones que se hacen de estos textos. La extensión, inherente a ellos, es una característica común que se recupera en casi la mitad de las respuestas. A la hora de elegir una aplicación, los colaboradores señalan, en primer término, la importancia del contenido (76%), es decir, tipo de acto de habla o motivo por el cual van a interactuar. En segundo lugar, reconocen la importancia de los recursos semióticos que cada plataforma provee (63%) y la extensión ocupa el tercer lugar (46%). Por último, la relación entre los participantes es un factor con menor incidencia en la elección de la aplicación (41%). En algunos casos, se indica que el tipo de diccionario predictivo, la mayor o menor flexibilidad de la aplicación, etc. factores que intervienen, principalmente, para optar por una interacción por WhatsApp en detrimento del correo electrónico.

En resumen, en la interrelación entre el medio y las intenciones comunicativas, los hablantes desarrollan estrategias tanto para adaptarse a las características de la aplicación y al género subyacente, como a la situación comunicativa. Es decir, el usuario desarrolla su interacción a partir del medio (aplicación y dispositivo) que mejor se adecue a sus propósitos comunicativos y al tipo de relación existente con el interlocutor. Esta elección no necesariamente se dirime a través de aquel medio que tenga mayor riqueza multimodal.

Para terminar la sección de discusión de los datos, nos gustaría detenernos en las respuestas que se han recogido en la pregunta abierta que se planteaba al final de la encuesta, a saber, Y vos/tú ¿para qué usas

estas plataformas? Comenta brevemente qué sueles hacer cuando te comunicas por estos medios, para qué los usas.

La intención de esta pregunta no era otra que poder recabar información que nos permitiera conocer las acciones sociales, las percepciones, expectativas y experiencias de los usuarios y de los grupos en relación a los géneros discursivos del ámbito digital, en consonancia a la perspectiva asumida por los Estudios Retóricos del Género. En este sentido, las respuestas obtenidas arrojan luz sobre la especialización funcional que están asumiendo cada uno de las aplicaciones. La siguiente respuesta sintetiza, en cierto modo, la tendencia dominante:

Las distintas plataforma virtuales las utilizo para diversos fines. El Facebook para esparcimiento, pero también trabajo y estudio. El Whatsapp como vía de comunicación rápida con amigos, familiares, compañeros de trabajo, etc. El "sms" prácticamente no lo utilizo y para concluir el correo electrónico para cuestiones comerciales y académicas⁵.

Esta especialización también influye en la manera en que conciben las relaciones interpersonales y en la forma en que esta se refleja en cuestiones estilísticas y en el registro lingüístico elegido. Así lo expresa la siguiente respuesta:

En base a lo que necesito elijo la plataforma por la cual voy a comunicarme. Con personas que conozco probablemente elija Whatsapp, Facebook o alguna otra red social, ya que mi manera de expresarme sería mucho más informal y relajada. En el caso de ser una comunicación con alguien desconocido elijo mantener la formalidad, optando por el correo electrónico, pero también puede ser posible que el SMS, Facebook o Whatsapp sean viables manteniendo un lenguaje formal y dependiendo de la situación y del receptor.

Estas cuestiones relativas al estilo serán abordadas con detalle en el siguiente apartado de este trabajo.

⁵ En las respuestas citadas se conserva la redacción y la ortografía originales.

3. LOS TEXTOS BREVES Y LA CARACTERIZACIÓN DEL ESTILO ELECTRÓNICO

La caracterización del estilo electrónico (Cantamutto, 2018; Vela Delfa, 2007) ha significado un primer acercamiento a la determinación de los rasgos principales de la dinámica interaccional del discurso digital: la tendencia simultánea a la economía y a la expresividad alcanza casi todas las esferas de interacción digital escrita. A estas dos tendencias dinamizadoras, se incorpora la claridad, adoptando la línea que sugiere Leech (1986, pp. 15-17). Los textos breves son el resultado de estos tres principios que operan de manera simultánea y se reflejan en las características de los enunciados. La mayor o menor tendencia hacia uno de estos principios estará determinada por el grado de publicidad/privacidad del intercambio, la situación comunicativa, los límites en la extensión, las herramientas de escritura, el dispositivo, etc. Los textos breves se caracterizan por su brevedad y rapidez, tanto en la producción como en la recepción, es decir, por su economía de recursos y caracteres. Por su parte, la expresividad se pondera en los textos breves a fin de gestionar los recursos necesarios para el mantenimiento de las relaciones sociales. Por último, la claridad (o la búsqueda por no ser ambiguo) favorece todas las estrategias relativas al alcance satisfactorio de las metas comunicativas de los hablantes.

El estilo electrónico se interrelaciona con otros factores -el binomio público/privado del intercambio o el grado de dialogismo- que nos permiten reconocer, dentro de los textos breves, dos subgéneros principales, mensaje y publicación, y uno subsidiario, el comentario. En un extremo del continuum tenemos el mensaje y en otro la publicación. De manera congruente con lo detectado en la encuesta, tanto uno como otro pueden hibridarse y, en tal sentido, tenemos mensajes públicos o comentarios reactivos. Así, este tercer modelo, el comentario, está a mitad de camino entre un intercambio que responde a la dinámica iniciativa/reactivo y, por tanto, tiene una orientación interpersonal y dialógica y un enunciado que se

produce en espacios de interacción abiertos o públicos. Los recursos textuales y estrategias pragmáticas serán, entonces, similares a los mensajes y a las publicaciones.

A continuación, analizaremos algunos ejemplos concretos, extraídos de CoDiCE, relativos a los géneros discursivos mencionados. En primer lugar, los intercambios de índole privada e interactiva, es decir, los mensajes. En segundo lugar, las intervenciones de índole pública y con menor grado de interactividad o publicaciones.

2.1. *El mensaje como texto breve*

Los mensajes son una subcategoría dentro del texto breve que incluye aquellos intercambios digitales escritos a través de aplicaciones que favorecen la privacidad e intimidad en las interacciones. Son ejemplo de la categoría mensaje los correos electrónicos, los SMS, los intercambios de mensajería instantánea, los mensajes directos de Twitter, Facebook Messenger e Instagram, entre otros. El modo de ingreso para el envío y recepción de estos mensajes varía según cada aplicación. De todos modos, en la mayoría de los casos, se abre una caja de texto vacía que recupera las interacciones previas entre los interlocutores, organización que reproduce una conversación más o menos continua, según la disponibilidad de los participantes.

La trayectoria de estudios sobre este género ha dado muestras de una importante fluctuación respecto a su denominación. Por ejemplo, en relación a los SMS, en algunos casos, se nombran como mensajes cortos (Almela Pérez, 2001; Galán Rodríguez, 2007; Mas Álvarez & Zas Varela, 2012), en otros casos se opta por su forma comercial mensajes de texto (Cantamutto, 2012; Castro Rojas, 2007; Domínguez Cuesta, 2005; Gubitosi, 2016; Ortega Delgado, 2009; Pérez Rojas & Serrano Cuevas, 2006) y también como SMS (Calero Vaquera, 2014; Cantamutto, 2015; Galán Rodríguez, 2001; Mejuto Urrutia & Domínguez Cuesta, 2005; Mosquera Castro, 2014).

Cada uno de los tipos de mensajes presenta, al mismo tiempo, continuidad y ruptura respecto al conjunto, debido a las características de la interfaz donde se producen. En términos generales, en una misma intervención ocurren las fases de preparación conversacional, tema o propósito de la comunicación y, en la mayoría de los casos, fase de cierre. El modo en que estas fases se dan en un mensaje depende, en gran medida, de la mayor o menor continuidad del intercambio, es decir, de la disponibilidad de los participantes y no tanto de las condiciones de la aplicación. Si bien se podría suponer que las interacciones por WhatsApp se van a presentar estructuradas en diferentes intervenciones, consecutivas, e interdependientes, esto no ocurre siempre, sino solo en las modalidades más conversacionales.

A continuación, se presentan tres ejemplos de interacciones por WhatsApp, en los que es posible ver la similitud entre la forma de estructuración de los dos primeros mensajes que difieren un poco respecto al ejemplo 3. Esta variación se explica por el hecho de que en los primeros dos casos el hablante opta por incluir en una misma intervención todas las fases mientras que en el ejemplo 3 lo hace en intervenciones separadas pero consecutivas (con pocos segundos de diferencia entre ellas).

<p>Ejemplo 1</p>	<p>10:41:37: Kitty: Rober! Me parece que se nos va a complicar. Tipo 17 tengo que salir para el aeropuerto. A las 15 mas o menos media horita?</p> <p>10:49:19: Robertina: Intentemos</p> <p>10:49:26: Robertina: Dale</p> <p>10:49:28: Robertina: 🤔</p> <p>10:50:04: Kitty: Si no lo dejamos p la próxima</p> <p>10:50:29: Kitty: Vos escribime cuando / tengas un ratito</p> <p>10:50:45: Kitty: Cuando /si</p> <p>10:51:10: Robertina: A ls 3 puede ser</p> <p>10:51:26: Kitty: 😊</p>
<p>Ejemplo 2</p>	<p>18:43 Andre: Holaaa, soy Andre😊ayer me olvidé un estuche en tu auto no? El que dejé cuando baje en la coope jajajaa</p> <p>19:10 Manuel: Hoola andre !</p>

	<p>19:10 Manuel: Jajajaj si , nos lo re olvidamos al final</p> <p>19:10 Manuel: Vos lo necesitas ya ? O querés que se lo dejé a Tami en la casa o que te lo alcance el finde ?</p> <p>19:19 Andre: No lo necesito, déjaselo a Tamí yo lo buscó en algún momento☺gracias!</p> <p>19:21 Manuel: Dale dale , se lo dejo a ella entonces☺</p> <p>19:21 Manuel: De nada !n</p>
Ejemplo 3	<p>21:15:04: Mel: Camilin</p> <p>21:15:11: Mel: Cómo seguís??</p> <p>21:15:17: Mel: Hay quilombo en tu esquina?</p> <p>21:23:22: Cam: nopi que yo sepa!</p> <p>21:23:25: Cam: fui a la uni</p> <p>21:23:32: Cam: ahora por cenar</p> <p>21:23:38: Cam: estoy mejor por suerte!</p> <p>21:23:54: Mel: Dormí temprano</p>

Las respuestas a estos mensajes se dan de manera similar en todos los casos y, en tal sentido, si bien el mensaje puede descomponerse en diferentes intervenciones el modo en que se establecen los intercambios no produce mayores cambios. En el ejemplo 1 y 2, la interacción tiene por objetivo negociar, en el primer caso, un encuentro por Skype y, en el segundo, la recuperación de un monedero. El tercer ejemplo corresponde a una conversación de mantenimiento del contacto o small talk (Coupland, 2014) en la cual se desea saber cómo está la otra persona.

Ya sea producido en una aplicación de correo electrónico, de Mensajería Instantánea o SMS, en todos los casos estamos ante un tipo de enunciado que siendo iniciativo o reactivo busca posicionarse en una dinámica interpersonal, dialogal y cuya expectativa es de privacidad e intimidad. Esta expectativa puede verse violada cuando se combinan redes centrífugas y centrípetas de circulación de los enunciados (Cantamutto y Vela Delfa, 2016). Un mensaje privado puede volverse público a partir de la acción de compartir iniciada por alguna de los interlocutores o, incluso, un tercero. Asimismo, una publicación pública puede volverse mensaje cuando alguno de los interlocutores decide enviarla de manera privada. La

expectativa de circulación produce determinadas operaciones de reacción que varían según el género. En tal sentido, si una publicación en Twitter, Facebook o cualquier red social genera como intervenciones reactivas algún tipo de comentario general, en ocasiones, el envío de ese mismo contenido a través de un mensaje favorece el dialogismo.

2.2. *Publicación y comentario en redes sociales como texto breve*

En esta subcategoría incluimos los artículos, comentarios o entradas que se publican de manera cronológica en redes sociales (Tascón, 2012, p. 459). Están presentes en muchas aplicaciones. Los ejemplos que vamos a comentar han sido extraídos de Facebook y pertenecen a datos recogidos para un estudio, que realizamos en 2017, sobre la actividad comunicativa en el muro de Facebook (Vela Delfa, 2017).

La estructuración actual de la actividad comunicativa en el muro de Facebook se organiza en torno a una publicación iniciativa (1) que es respondida con otras publicaciones reactivas (1.A, 1.B, 1.C...): las primeras se corresponderían con el prototipo de la publicación y las segundas con el del comentario. No obstante, la frontera entre las dos clases no es discreta, ya que los comentarios pueden generar nuevos comentarios reactivos. De esta forma, se encadenan en una estructura conversacional que, no obstante, respeta el carácter predominante de la publicación inicial. Los comentarios reactivos se anidan sobre esta, y cuando se acumulan en un número elevado dejan de estar visibles de forma directa. Algo que no sucede con la publicación iniciativa.

En cuanto a su extensión de estos textos, podemos decir que participan de la brevedad propia de los textos breves, piénsese, por ejemplo en las limitaciones de caracteres que impone Twitter. En el caso de Facebook, la aplicación no aplica restricciones en cuanto al número de caracteres y, aunque podemos encontrarnos ejemplos extensos que contravienen la norma general, lo más común es que mantengan su brevedad. Los datos analizados en 2017 revelaban que las intervenciones iniciativas se encontraban mayoritariamente en una horquilla entre 163 y 92 caracteres, como vemos, dentro de unos rangos muy cercanos al de

otros géneros del discurso digital, por ejemplo, Twitter⁶ e, incluso, los SMS. Probablemente, los usuarios optaban por publicaciones cortas, para asegurar su relevancia.

Por su parte, los comentarios o intervenciones reactivas suele ser más breves. No obstante, presentan una extensión muy variable, con intervenciones más largas, que no nos permiten establecer tendencias fijas. Estos comentarios extensos tratan de desarrollar argumentos trabados, por lo que incluyen procedimientos de cohesión complejos. A partir de la observación de nuestra muestra, distinguimos dos tipos de intervenciones iniciativas: las iniciativas explícitas y las iniciativas cita. A modo de ilustración, presentamos los ejemplos 4 y 5, publicación iniciativa y publicación iniciativa cita, respectivamente:

Ejemplo 4	Cada vez que los españoles boicotean productos catalanes, y los catalanes boicotean productos españoles, la economía china se resiente
Ejemplo 5	Ha despedido a los trabajadores para que lo haga una empresa privada, con trabajadores de etts sin apenas derechos, ojalá se vea ella así alguna vez.. [enlace multimodal a periódico on line: Foto de protagonista de la noticia/titular: "UGT denuncia el despido de plantilla fija de "la mañana de la 1 a petición de Marilo..."]

Las publicaciones cita tienden a ser más multimodalidades. En ellas, los enunciados textuales orientan argumentativamente el contenido de la cita, de la que depende para establecer su coherencia y cohesión textual. La relación que se establece ente el texto y la cita es muy variada, puede presentar el contenido de la cita, o bien resumirlo o comentarlo. Así, en el ejemplo 5, el usuario resume el artículo, pero cambiando el punto de vista, para acentuar la crítica. En otras ocasiones, la multimodalidad se inserta en la propia publicación iniciativa, a través de una foto o video personal, exento de cita, que puede estar presentado o comentado verbalmente. Por su parte, los comentarios o intervenciones reactivas tienden hacia la monomodalidad verbal. No obstante, podemos rastrear en ellas algunos

⁶ La red social Twitter permitía originariamente publicaciones de un máximo 140 caracteres y, posteriormente, amplió a 280 caracteres. Sin embargo, los tuits siguen usando un número cercano a la primera cantidad. Véase <https://www.leadsorigins.com/280-si-no-parte2/>

procedimientos multimodales como la presencia de emojis, memes, stickers o enlaces a contenidos externos.

Las intervenciones iniciativas estrictamente textuales tienden a incluir mucho más texto que las que incluyen contenidos multimodales. Estas diferencias no solo se limitan a la extensión, sino que tocan otros fenómenos textuales, como por ejemplo, los procedimientos de cohesión. Las intervenciones multimodales se caracterizan por la escasa aparición de conectores, a excepción de marcadores argumentativos y contraargumentativos (Pérez Retana, 2014). En ellas prevalece un estilo nominal y conciso. En cualquier caso, el carácter iniciativo de las publicaciones se manifiesta en el empleo de cierres que abren un turno de reacción, como el que recogemos en el ejemplo 6, con una pregunta retórica de orientación contraargumentativa.

Ejemplo 6	Parece que el FMI adquiere los fondos de las aportaciones de los países. Luego les presta el dinero a ellos mismos y les impone las condiciones para que se lo devuelvan... ¿qué tipo de estafa es esta?
------------------	---

4. CONCLUSIONES

En este artículo hemos abordado una de las cuestiones centrales del estudio de la comunicación digital desde una perspectiva discursiva: la identificación de clases textuales recurrentes que responden a propósitos comunicativos estables. Para ello, en este caso, hemos centrado nuestra atención en el género discursivo de los textos breves.

Según los resultados obtenidos, los textos breves constituirían un género dentro del discurso digital, en el que, a su vez, podemos distinguir diferentes subtipos, a saber, el mensaje, la publicación o el comentario. Estos tipos textuales tienen ciertas propiedades comunes que nos permiten agruparlos en un mismo género, aunque, al mismo tiempo, algunas características distintivas los diferencian, particularmente, en lo que concierne a su orientación pragmática, al grado de interactividad y al modo

en que se concreta la oposición entre la dimensión privada y pública, individual y colectiva de unos y otros.

En esta misma línea, en un artículo sobre los géneros del discurso digital, Yus (2011, p. 10) señala una continuidad entre diferentes micro-mensajes (en Twitter, SMS y post de Facebook) y micro-conversaciones a través de intercambios de MI (Messenger, WhatsApp y Google Talk, por ejemplo).

Nuestro análisis ha combinado los resultados cualitativos de unas entrevistas abiertas con las preguntas directas organizadas en una encuesta. Contrastando estos resultados con los obtenidos en el análisis de ejemplos reales de textos, ha sido posible distinguir el texto breve como género del discurso digital e identificar algunas características que les son propias, como la dinámica del estilo electrónico, orientada hacia la brevedad, claridad y expresividad, de otros que se derivan de su naturaleza dialógica.

BIBLIOGRAFÍA

Almela Pérez, R. (2001). Los SMS: mensajes cortos en la telefonía móvil. *Español actual: Revista de español vivo*. Arco Libros.

December, J. (1993) Characteristics of Oral Culture in Discourse on the Net. *12th Annual Penn State Conference on Rhetoric and Composition*, Universidad de Pennsylvania,. [http://www.december.com/john/papers/psrc93.txt]

Briz, A. (2000). Turno y alternancia de turno en la conversación. *Revista Argentina de Lingüística*, 9–32, 2000.

Calero Vaquero, M. L. (2014) El discurso del whatsapp: entre el messenger y el SMS. *Oralia: Análisis del discurso oral*, 17, 85–114.

Cantamutto, L. (2012) El uso de los mensajes de texto en el habla adolescente del español bonaerense. Universidad Nacional del Sur.

Cantamutto, L. (2015). Enseñanza de la lengua, comunicación por SMS y estilo electrónico: un modelo posible. *El Toldo de Astier. Propuestas y Estudios Sobre Enseñanza de La Lengua y La Literatura*, 6, 10, 3–18.

Cantamutto, L. (2018) Estrategias pragmáticas de la comunicación por SMS en español bonaerense. Universidad Nacional del Sur.

Cantamutto, L, Vela, C. (2016) El discurso digital como objeto de estudio: de la descripción de interfaces a la definición de propiedades. *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*, 69, 296–323.

Castro Rojas, S. R. (2007). La naturalización de los usos y las prácticas tecnológicas: los mensajes de texto como expresión de las transformaciones de la comunicación en la sociedad actual. *Temas y Debates: Revista Universitaria de Ciencias Sociales*, 13, 183–196.

Cautín-Epifani, V. (2015) *Formas de tratamiento en interacciones verbales escritas en la Biografía Facebook en hablantes de la provincia de Iquique*. Pontificia Universidad Católica de Valparaíso.

Coupland, J. (2014) *Small Talk*. Londres/Nueva York: Routledge.

Domínguez Cuesta, C. (2005) El lenguaje de los SMS y del chat en las aulas. *Cuadernos de pedagogía*. Ciss Praxis.

Galán Rodríguez C. (2001) "SMS ¿Un nuevo modelo de lenguaje?". *Español actual: Revista de español vivo*. Arco Libros.

Galán Rodríguez C. (2007) "Cncta kn nstrs" (conecta con nosotros): los SMS universitarios. *Revista de Estudios de Juventud. Injuve* (Instituto de la Juventud).

GUBITOSI, M. (2016) Mensajes de texto y bilingüismo: usos lingüísticos en situación de contacto. En Parini & M. Giammatteo (Eds.), *El lenguaje en la comunicación digital*, 124–147. Buenos Aires: Universidad de Belgrano.

GRUBER, Helmut (2019). Genres, media, and recontextualization practices. *Internet Pragmatics*, 2:1, 54–82

Herring, S. (1996). Computer-mediated communication: Linguistic, social, and cross-cultural perspectives (Vol. 39). John Benjamins publishing.

Leech, G. (1986) *Principles of Pragmatics* (4th ed.). Singapore: Longman.

Martin, James R. (1984). Lexical cohesion, field and genre: parcelling experience and discourse goals. *Proceedings of the Second Rice Symposium in Linguistics and Semiotics: Text Semantics and Discourse Semantics*, Feb.

Mas Álvarez, I., & Zas Varela, L. (2012). De lo necesario a lo inevitable: casi dos décadas de código SMS. *Cum corde et in nova grammatica: estudios ofrecidos a Guillermo Rojo*. Servizo de Publicacións e Intercambio Científico.

Mejuto Urrutia, T. Domínguez Cuesta, C. (2005) Diccionarios y repertorios de SMS en el aula de ELE. Las gramáticas y los diccionarios en la enseñanza del español como segunda lengua, deseo y realidad: *Actas del XV Congreso Internacional de ASELE*, Sevilla 22-25 de septiembre de 2004. Universidad de Sevilla.

Miller, C. (1984). Genre as social action. *Quarterly Journal of Speech*, 70, 151–167.

Mosque Castro, E. (2017) *Lingua galega e novos soportes comunicativos: a linguaxe SMS*. Universidade da Coruña.

Navarro, F. (2019) Aportes para una didáctica de la escritura académica basada en géneros discursivo. *D.E.L.T.A.*, 35-2, 1-32, 2019

ORTEGA DELGADO, G. MSJE TXT: un evento social. *Lectura y Vida: Revista Latinoamericana de Lectura*, (4), 44–53, 2009.

Pérez, P. & Grande, J. (2013) SCP de Mensajería: La inteligencia de los mensajes cortos. Telefónica I+ D.

Pérez Retama, D. (2014) Mecanismos de cohesión textual en facebook. Tesis de Postgrado. Universidad de Costa Rica.

Pérez Rojas, E., Serrano Cuevas, Y. (2006). *Impacto de los mensaje de texto en el uso del Lenguaje escrito: en los alumnos de 8vo y 9no grado de la U.E.* Colegio Nuestra Señora de Fátima. Universidad de Los Andes.

Sampietro, A. (2016) *Emoticonos y emojis: análisis de su historia, difusión y uso en la comunicación digital actual*. Tesis Doctoral. Valencia: Universidad de Valencia.

Swales, J. (1990) *Genre analysis*. Cambridge: Cambridge University Press.

Tascón, M. (2012) *Escribir en internet Guía para los nuevos medios y las redes sociales*. Barcelona: Galaxia Gutemberg. Círculo de Lectores. Fundéu BBVA.

Vela Delfa, C. (2007) *El correo electrónico: el nacimiento de un nuevo género*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.

Vela Delfa, C. (2017). Coherencia, cohesión y estructura de la interacción en el discurso digital: un análisis de los intercambios en la red social Facebook. En M. Giammatteo, P. Gubitosi, & A. Parini (Eds.), *El español en la red* (pp. 255–278). Madrid- Frankfurt am Main: Iberoamericana Vervuert.

Vela Delfa, C. & Cantamutto, L. (2015). Methodological approach to the design of digital discourse corpora in Spanish. Proposal of the CÓDICE Project. In *7th International Conference on Corpus Linguistics: Current Work in Corpus Linguistics: Working with Traditionally-conceived Corpora and Beyond* (CILC 2015) (Vol. 198, pp. 494–499).

Yates, J. Orlikowski, W. (1992) *Genre Repertoire: Norms and Form for Work and Interaction*. *Technical report 166*, MIT Center for Coordination Science.

Yus, F. (2011) En qué difieren los géneros electrónicos de los analógicos. In *Congreso Leer y Escribir en Español en la Red. Aprendizaje, Renovación y Propuestas*. Cantabria: University of Comillas.