

VII Congreso Internacional

RED DE ESTUDIOS SOBRE
COMUNICACIÓN DIGITAL

Entre los grandes datos y
la sensibilidad etnográfica:
**hacia nuevos horizontes
del discurso digital**

RECOD

LIBRO DE RESÚMENES

Universidad Complutense de Madrid
8-10 de septiembre

Organizan:



Con el apoyo de:



UBA
Universidad de Buenos Aires
Argentina virtus robur et studium



**Universidad
de Valladolid**

Contacto y Redes Sociales

Correo: recodredes@gmail.com

Página Web: <https://recod.org/>

Instagram: <https://www.instagram.com/recod.digital/>

Twitter/X: https://x.com/RECoD_ok

Facebook: <https://www.facebook.com/JComDig/>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/red-de-estudios-sobre-comunicaci%C3%B3n-digital/>

2026

Edición: Nacho Esteban Fernández

Portada: José Edson da Silva

Comisión organizadora local:

- Raquel Hidalgo-Downing (Universidad Complutense de Madrid)
- Cristina Vela Delfa (Universidad de Valladolid)
- José Edson da Silva (Universidad de Valladolid)
- Eladio Duque Gómez (Universidad Complutense de Madrid)
- Isabel Hernández Toribio (Universidad Complutense de Madrid)
- Anastasiia Carisio (Universidad Complutense de Madrid)
- Nacho Esteban Fernández (Universidad Complutense de Madrid)
- Felipe Hernández Díaz (Universidad Complutense de Madrid)
- Liang Li (Universidad Complutense de Madrid)
- Yuru Wei (Universidad Complutense de Madrid)

Comisión organizadora RECoD:

- Lucía Cantamutto (Universidad Nacional de Río Negro, CONICET)
- Mabel Giammatteo (Universidad de Buenos Aires)
- Alejandro Parini (Universidad de Belgrano)
- Cristina Vela Delfa (Universidad de Valladolid)

Apoyo logístico

- Sonia Nicol Saravia Durand (Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú)

PROGRAMA RESUMIDO

Martes, 8 de septiembre de 2026

8:00	ACREDITACIONES Espacio: Hall de la Facultad, Edificio D.
9:00	INAUGURACIÓN Espacio: Salón de Actos Emila Pardo Bazán, Edificio D. Intervienen: Eduardo Vals Oyarzun (Decano de la Facultad de Filología); Carmen Maíz Arévalo (Vicedecana de Relaciones Internacionales); Alejandro Parini y Mabel Giammatteo (RECoD); Raquel Ángela Hidalgo Downing (Presidenta).
9:30	Sesiones simultáneas de comunicaciones
11:30	Pausa café Espacio: Bar Terraza Edificio Multiusos
12:00	CONFERENCIA PLENARIA INAUGURAL Espacio: Salón de Actos, Edificio D. “Archivos activistas y las políticas de la aspiración”. Adolfo Estalella (CSIC). Presenta: Lucía Cantamutto.
13:00	Comida Espacio: Bar Restaurante Edificio Multiusos
15:00	Sesiones simultáneas de comunicaciones
16:30	Pausa café Espacio: Bar Terraza Edificio Multiusos
17:00	Sesiones simultáneas de comunicaciones
19:00	Cierre

Miércoles, 9 de septiembre de 2026

8:30	ACREDITACIONES Espacio: Hall de la Facultad, Edificio D.
9:00	Sesiones simultáneas de comunicaciones
10:30	Pausa café Espacio: Bar Terraza Edificio Multiusos
11:00	Sesiones simultáneas de comunicaciones

13:00	CONFERENCIA PLENARIA Espacio: Salón de Actos, Edificio D. “Del patrón al cuidado: Big Data, microanálisis y responsabilidad epistémica en la lingüística del cibercriminológico”. Nuria Lorenzo-Dus (Universitat Politècnica de València, España y Swansea University, Reino Unido). Presenta: Raquel Ángela Hidalgo Downing.
14:00	Comida Espacio: Bar Restaurante Edificio Multiusos
15:00	Actividad: presentación de libro Espacio: Salón de Actos, Edificio D
16:00	Sesiones simultáneas de comunicaciones
17:30	Pausa café Espacio: Bar Terraza Edificio Multiusos
20:30	Cena de gala Restaurante El Pimiento Verde (C/ Quintana, 1, cerca de los metros Moncloa y Argüelles)

Jueves, 10 de septiembre de 2026

10:30	Sesiones simultáneas de comunicaciones
13:00	Comida Espacio: Bar Restaurante Edificio Multiusos
14:30	Sesiones simultáneas de comunicaciones
17:00	CONFERENCIA PLENARIA Espacio: Salón de Actos, Edificio D <i>Polymedia sensitivity in mental health support: the digital in the post-digital age.</i> Agnieszka Lyons (Queen Mary University of London, Reino Unido). Presenta: Alejandro Parini.
18:00	CLAUSURA Espacio: Salón de Actos, Edificio D Interviene: Raquel Ángela Hidalgo Downing (Presidenta).

Programa detallado en: <https://recod.org/>

Índice

Tema libre	14
Más allá de la apropiación: indexicalidad performativa y conciencia metalingüística en prácticas de lip-syncing y voz en off en redes sociales	15
Perla Ábrego	
Construcción de la argumentación en línea: un enfoque procesual del análisis de la intensificación en reseñas estudiantiles	16
Luis Alejandro Aguirre	
María Amparo Soler Bonafont	
Entre la prioridad y la polémica: tópicos sobre las mujeres en el discurso digital y conmemorativo de Gustavo Petro.....	17
Laura Bonilla-Neira	
El segundo debate presidencial argentino del 2023 según la prensa digital tucumana: <i>La Gaceta</i> y <i>El Tucumano</i>	18
Claudia Carina Albarracín	
Santiago Emanuel Rojas Lizárraga	
Discursos acerca de la autotraducción en el cine regional peruano: comentarios sobre la traducción quechua-castellano frente a las perspectivas de tres directores quechuahablantes	19
Franzs Josué Avalos Rospigliosi	
Andrea Celeste Guzmán Herrera	
Etnografía digital de la identidad argelina: culturemas y transmisión cultural en el discurso de influencers	20
Loubna Benrabra	
La representación de intercambios polémicos en noticias digitales sobre lenguaje inclusivo en Uruguay	21
Germán Canale	
La conceptualización cultural del 8 de marzo en español, ruso e italiano a través de las imágenes digitales	22
Anastasiia Carisio	
Epistemologías decoloniales en salud a través el activismo digital de Quinndy Akeju	23
Núria Cassany Espinosa	

Redes sociales, traducción y comunidad: jerarquía y flexibilidad en el proceso de localización fan del videojuego <i>Deltarune</i>	24
Gabriela Angiolina Céspedes Gonzales	
Las mujeres trans en el corpus TransCorp-NC: el caso de NoticiasCaracol.com.....	25
Sergio Alberto Chávarro Vargas	
Desarrollo de vocabulario técnico en lengua de señas mediante inteligencia artificial: un enfoque participativo para la educación superior inclusiva	26
Wilson Cisneros Basurto	
Jorge Banet Ponce	
Karen Ortega Renteria	
Byron Ormaza Farias	
El papel del “prompt” como mediador entre humano e IA en la construcción multimodal del significado	27
Brenda Corchado Robles	
Los derechos de sociabilidad y los principios éticos como bases evaluativas de la descortesía: el caso de las reseñas negativas en Trustpilot	28
Patricia Díaz Muñoz	
María de la O Hernández López	
Estrategias léxicas de encuadre enunciativo en publicaciones digitales sobre la población LGTBI	29
Nacho Esteban Fernández	
Resignificar para construir comunidad: innovación léxica en el discurso digital de Twitch	30
Ángela Fernández Palacio	
Interacción intercultural y construcción discursiva en un proyecto COIL: análisis de prácticas comunicativas en entornos digitales	31
Lucía Gadea Boronat	
Graficonos y manipulación: Construyendo la identidad de los ciberacosadores sexuales.....	32
Andrea García-Montes	
De territorio a afecto: la construcción de escenarios de conflicto como espacios emocionales en línea	33
Mabel Giammatteo	
Alejandro Parini	

Polarización discursiva “nosotros/ellos” en la prensa digital peruana: un análisis crítico del discurso sobre la migración venezolana	34
Sheylla Gil García	
Análisis cualitativo de la legibilidad del discurso divulgativo oral en medios digitales y tradicionales	35
Luisa Miguelina González Rodríguez	
Estrategias de vigilancia epistémica ante el discurso conspiranoico en YouTube	36
Dorota Kotwica	
La desautomatización fraseológica en el discurso de la prensa digital cubana (2023–2026)	37
Geisy Labrada Hernández	
De la marginalización histórica al debate digital: autoconciencia lingüística en la comunidad asturiana	38
Covadonga Lamar Prieto	
Miriam Villazón Valbuena	
Mariam Nadirashvili	
José Luis Godínez Altamirano	
Gastronomía digital: la promoción discursiva de la comida peruana en redes sociales	39
Marco Lovón	
Aproximación a la variación en el uso de los emojis en grupos de WhatsApp según la variable edad	40
Julia Lumbreras Mayans	
Las formas de tratamiento en YouTube: estrategias pragmalingüísticas de aprendizaje del español mediante diferencias multiculturales	41
Ginette Maguelouk Moffo	
Propuesta metodológica endecagonal de análisis del discurso multimodal.....	42
Uri Márquez Mendoza	
¿Qué necesitas para vivir en paz?: respuestas digitales en una obra memorial.....	43
Futuro Moncada Forero	
La etnografía digital como herramienta para la alfabetización científica y digital: un caso de estudio del alumnado de la Universitat de València	44
Alfonso Navarro Guinea	

La deslegitimación de la clase política española: Análisis de sentimiento de un corpus de comentarios procedentes de la red social X.....	45
Manuel Padilla Cruz	
Ironía y sarcasmo en el debate político-ideológico en redes sociales.....	46
Ana Pano Alamán	
Ana Mancera Rueda	
La divulgación meteorológica en TikTok: análisis multimodal de un vídeo de RTVE sobre el regreso de El Niño	47
Stéphane Patin	
“Tienen que correr cabezas”: la atribución de culpa en comentarios de usuarios de Facebook sobre un evento trágico en Guatemala	48
Hebe Powell	
¿Insulto o broma?: Detección automática de descortesía afiliativa en conversaciones de WhatsApp en español	49
Aránzazu Quintana San José	
Corpus Humnet: claves y retos para la creación de un corpus de humor digital en español.....	50
Doina Repede	
Relevamiento de técnicas metodológicas para el estudio de prácticas comunicativas digitales: justificación para un corpus del ámbito escolar	51
Mariana Mara Roche	
Memes y TikTok como aulas literarias: viralidad, humor y aprendizaje digital.....	52
Blanca Estela Ruiz Zaragoza	
¿Qué significa “privacidad” en WhatsApp? Discurso, control e infraestructura.....	53
Agnese Sampietro	
DIGIMEDCOM: nuevos horizontes para el análisis del discurso digital en salud femenina.....	54
M. ^a Isabel Santamaría Pérez	
Ovidia Martínez Sánchez	
Videoconferencia y participación en L2: efectos del entorno digital en la interacción en conversaciones exolingües	55
Izabella dos Santos Santiago	

¿Fraude electoral?: representaciones discursivas de los actores sociales en medios digitales peruanos sobre las Elecciones Generales del 2026 en Perú 56

Sonia Saravia

Alexis Misari Rojas

Agresividad en X hacia hombres con responsabilidad política: descortesía y valoración negativa 57

M.^a Milagros del Saz Rubio

¿Es pertinente una perspectiva diacrónica en el estudio del discurso digital? Una aproximación a la puntuación en Twitter/X 58

Paloma Serrano García

La extimidad como recurso retórico en la construcción del ethos en LinkedIn: un análisis de la sección “acerca de” de profesionales brasileños y españoles..... 59

José Edson da Silva

Los consejos de viaje transmitidos a través de la plataforma Reddit..... 60

Simona-Luiza Țigriș

Visibilidad y reconocimiento del español en dos videos de TikTok: La campaña de Zohran Mandani para la alcaldía de Nueva York en 2025 61

Luis Torres-Vásquez

Rodrigo Arellano

Algoritmo, música andina y resistencia cultural 62

Rubén Villasante

Utilidad de las apps para organizar viajes: Mucho más que información relevante . 63

Francisco Yus

Secciones temáticas64

La argumentación en el discurso digital: análisis y aproximaciones metodológicas 65

Irene Martín del Barrio (coord.)

José García Pérez (coord.)

Catalina Fuentes Rodríguez (coord.)

La ironía como arma discursiva en el populismo digital: análisis pragmatolingüístico 66

Ester Brenes Peña

La polifonía multimodal como recurso argumentativo en perfiles Instagram de médicos y asociaciones de pacientes	67
Maria Vittoria Calvi	
Los tramos de discurso relacionados por <i>c'est-à-dire</i> en la divulgación científica digital: ensayo de descripción con la Teoría de los Bloques Semánticos	69
Pedro del Campo Velasco	
Ética, moral y discurso digital: análisis de comentarios en Youtube sobre la incapacidad moral permanente en el Perú (2020-2024)	70
Luis Francisco Estrada Pérez	
Yoselin Quispe Mendivil	
La construcción de “la verdad” en X/Twitter: evidencialidad y discurso populista....	71
Sara Fernández Gómiz	
Estrategias argumentativas en el discurso de Abascal en TikTok	72
Rafael Fernández Reguera	
Elena Vázquez Salazar	
La configuración del líder político desde los medios de comunicación: el caso de Cadena Ser (España).....	73
José García Pérez	
La transgresión del género informativo en el discurso digital del sector textil sobre sostenibilidad	74
Míriam González Santolalla	
Argumentación explícita vs. argumentación implícita: un estudio aplicado al discurso populista digital.....	75
Marina González Sanz	
Cortesía, autenticidad y argumentación implícita en el discurso publicitario de creadores de contenido de la Generación Z en TikTok	76
Luna van Laethem	
Renata Enghels	
Marlies Jansegers	
Estrategias argumentativas del discurso político en Twitter (X): el debate sobre la interrupción voluntaria del embarazo (IVE)	77
Sara Longobardi	
Las relaciones discursivas entre reel y caption en los perfiles médicos de Instagram	79
Giovanna Mapelli	

“La diferencia engendra odio”: análisis de la manipulación mediática en el discurso en contra de las personas migrantes	80
Alicia Mariscal Ríos	
La argumentación populista en el discurso de los youtubers	81
Irene Martín del Barrio	
El énfasis en las emociones como estrategia argumentativa del discurso populista en entornos digitales.....	82
Carlos Meléndez Quero	
Aproximación pragmatolingüística al discurso de Amadeo Lladós	83
María Soledad Padilla Herrada	
Modalidad en mensajes con emoyis.....	84
Víctor Pérez Béjar	
Discurso de odio en X en un contexto ecuatoriano: homofobia, transfobia, religión y política.....	85
María Elena Placencia	
Catalina Fuentes Rodríguez	
Estrategias lingüísticas del racismo en Twitter (España).....	86
Zhongde Ren	
“No lo digo yo, lo dice la ciencia”: La evidencia científica como estrategia argumentativa en la divulgación oncológica en Instagram	87
Ignacio Satti	
DIGITHUM: Humor digital y multimodalidad en WhatsApp, prácticas, recursos y metodología de análisis	89
María Belén Alvarado Ortega (coord.)	
Funciones pragmáticas de los stickers en las conversaciones humorísticas del Corpus DIGITHUM	90
María Belén Alvarado Ortega	
Esther Linares Bernabéu	
Relaciones de discurso en secuencias humorísticas del corpus DIGITHUM	91
Eladio Duque Gómez	
Ana Mancera Rueda	

De 😊 a 💀 : resignificaciones generacionales de la risa en WhatsApp	92
Carmen Maíz Arévalo	
Laura Aliaga Aguza	
OBSERVAHUMOR.COM y la risa. Propuesta para su etiquetaje pragmático en DIGITHUM.....	93
Leonor Ruiz Gurillo	
Carmen Pérez Sabater	
Discurso digital en la Argentina: enfoques, prácticas y perspectivas en diálogo	94
Elizabeth Mercedes Rigatuso (coord.)	
Del ok al ❤️ : breve historia de un fenómeno pragmático de la interacción digital escrita.....	95
Lucía Cantamutto	
Herramientas para el Análisis del Discurso Digital en prácticas juveniles y en la ciberliteratura	97
Gabriela Palazzo	
“¿Similares, complementarios o diferentes?” Prácticas comunicativas de graficones y gestión de vínculos en encuentros comerciales por WhatsApp del español bonaerense.....	98
Elizabeth Mercedes Rigatuso	
Del comentario al prompt: reconfiguraciones del enunciado y de la esfera pública en el discurso digital	100
Julio César Sal Paz	

Tema libre

Más allá de la apropiación: indexicalidad performativa y conciencia metalingüística en prácticas de lip-syncing y voz en off en redes sociales

Perla Ábrego

University of Texas Permian Basin

Resumen

En los últimos años el lip-syncing (la sincronización de labios) y la narración en off de videos cortos en redes sociales se han consolidado no solo como prácticas comunes del entretenimiento digital, sino como ejercicios sociolingüísticos clave en la recontextualización y dispersión de las variedades dialectales del español. Desde el enfoque de la indexicalidad lingüística y performativa y de la idea del prestigio se examina, en esta presentación, cómo estas prácticas desvinculan las variedades de su anclaje socio geográfico a través de la difusión de rasgos fonéticos, léxicos y pragmáticos asociados con variedades históricamente marginalizadas o estigmatizadas. El creador de contenido que sincroniza labios con un audio en español de una variedad geográfica diferente a la suya o que narra en off un video usando su propia variedad dialectal reconfigura las jerarquías del prestigio de la lengua y abre nuevas formas de socialización lingüística. Los usuarios reconocen, de manera general, la variedad diatópica, pero no su prestigio sociocultural. Los usuarios llevarán a cabo una reinterpretación de esa variedad en función de marcos sociopragmáticos específicos (el humor, la ironía, la afectividad, etc.) para luego incorporar algunos rasgos, de manera estilizada, en sus repertorios locales. Propongo que estas prácticas de entretenimiento no constituyen una apropiación acrítica, sino una forma de indexicalidad performativa (Silverstein, Hymes, Butler) que evidencia una creciente conciencia metalingüística sobre el uso situado de las variantes lingüísticas. La indexicalidad describe las marcas identitarias del hablante (edad, clase, género, origen) a través de sus rasgos lingüísticos, conecta el lenguaje con la identidad social. En el lip-syncing y la narración en off no solo se imita una variedad, sino que, en su circulación virtual, se le otorga un nuevo valor social. La función comunicativa y el efecto pragmático prevalecen sobre el origen y el prestigio de la variedad recreada.

Palabras clave: lip-syncing, indexicalidad, variedad dialectal, prestigio

Construcción de la argumentación en línea: un enfoque procesual del análisis de la intensificación en reseñas estudiantiles

Luis Alejandro Aguirre

María Amparo Soler Bonafont

Universidad Nacional de Cuyo

Universidad Complutense de Madrid

Resumen

El presente estudio examina cómo se construye lingüísticamente la argumentación en textos de opinión en línea producidos por estudiantes universitarios de Argentina y España, con especial atención al papel de la intensificación como recurso pragmático en el proceso de escritura. Enmarcado en la lingüística del discurso y la pragmática de la intensidad, el trabajo se centra en cómo los estudiantes elaboran evaluaciones argumentadas en un género digital específico: la reseña de restauración.

El objetivo principal de la comunicación es identificar y sistematizar las estrategias de intensificación que emplean los estudiantes universitarios de los grados de filología y letras a ambos lados del océano, así como analizar cómo se construye el procedimiento de configuración argumentativa durante su producción textual. En este sentido, se busca explorar los procesos (meta)cognitivos implicados en la toma de decisiones lingüísticas y contrastar posibles diferencias entre variedades peninsular y argentina del español.

El estudio adopta un enfoque metodológico mixto y procesual. En él participan estudiantes de grado de la Universidad Complutense de Madrid y de la Universidad Nacional de Cuyo, quienes realizan una tarea de escritura consistente en la redacción de una reseña evaluativa en línea. El proceso de escritura se registra mediante Inputlog, lo que permite analizar la dinámica de producción textual mediante la captura de pulsaciones de teclado. Los resultados combinan la revisión cualitativa y cuantitativa de distintos hechos de lengua (desde selecciones léxicas hasta la realización de pausas concretas) y ofrecen una primera aproximación comportamental al fenómeno de la intensidad en la redacción de reseñas en línea.

Palabras clave: argumentación, intensificación, reseñas, keylogging

Entre la prioridad y la polémica: tópicos sobre las mujeres en el discurso digital y conmemorativo de Gustavo Petro

Laura Bonilla-Neira

Universidad Industrial de Santander

Resumen

Este trabajo analiza los tópicos sobre las mujeres en el discurso del presidente colombiano Gustavo Petro, con especial atención a su dimensión digital, a partir de una perspectiva retórico-argumentativa. El objetivo es identificar las premisas socialmente compartidas que estructuran la construcción del ethos presidencial en relación con las mujeres, y examinar las coherencias, desplazamientos y contradicciones que emergen entre los distintos escenarios discursivos.

El corpus está conformado por dos tipos de materiales producidos entre 2022 y 2025: los discursos conmemorativos del Día Internacional de la Mujer (8 de marzo de 2024 y 2025), publicados en la página oficial de la presidencia, y una selección de publicaciones en la red social X en las que el presidente se refiere explícita o implícitamente a las mujeres, al feminismo o a la igualdad de género. Desde un enfoque cualitativo del discurso digital (Paveau, 2017), el análisis atiende a la especificidad de X como tecnodiscurso: espacio de enunciación política inmediato, polifónico y con menores restricciones formales que el discurso institucional clásico. La comparación de estos dos entornos digitales permite observar la construcción discursiva del presidente desde registros complementarios y en tensión. El análisis se apoya en las categorías argumentativas de Perelman y Olbrechts-Tyteca (1989) para identificar los tipos de argumentos que sostienen cada tópico.

El análisis identifica cinco tópicos: mujeres con poder, mujeres como prioridad para el gobierno, Estado cuidador, violencia contra las mujeres y defensa de aliados señalados de acoso o abuso. Los tres primeros configuran un ethos protector, reparador e inclusivo, sostenido por argumentos de autoridad, pragmáticos y de presencia retórica. Los dos últimos introducen fisuras: el tópico de la violencia convive con episodios de violencia simbólica hacia periodistas, y el tópico legalista de defensa de aliados desplaza la opción preferencial por las mujeres, erosionando la coherencia del ethos feminista proclamado.

Palabras clave: discurso digital, tópicos, ethos presidencial, mujeres, argumentación

El segundo debate presidencial argentino del 2023 según la prensa digital tucumana: *La Gaceta* y *El Tucumano*

Claudia Carina Albarracín

Universidad Nacional de Tucumán

Santiago Emanuel Rojas
Lizárraga

Universidad Nacional de Tucumán

Resumen

El debate televisado es un género que ha adquirido centralidad creciente en los procesos electorales recientes en Argentina. Para las elecciones a presidente en 2023 se realizaron tres encuentros, en la presente investigación, nos interesó analizar la cobertura periodística sobre el segundo debate realizado a finales de ese año. Desde un enfoque metodológico cualitativo, realizamos un estudio comparativo de los discursos de la prensa digital tucumana de *La Gaceta* y *El Tucumano*. A partir de una propuesta teórico-metodológica orientada desde el análisis crítico del discurso con un abordaje multimodal, se analizó la selección léxica utilizada para la presentación temática y para la construcción de los candidatos presidenciales. Los dispositivos visuales y paratextuales fueron examinados desde las categorías distancia, relación e interacción social, en relación con las temáticas, el tratamiento informativo y las estrategias de hipertextualidad utilizadas en el entorno digital.

Luego de una reseña histórica de los medios seleccionados para contextualizar la situación centro-periferia de cada uno, se elaboró un estado de la cuestión que brinda una aproximación inicial a estudios vinculados al análisis de los discursos periodísticos sobre debates televisivos de candidatos presidenciales. El corpus de análisis está conformado por cuatro artículos publicados el día posterior al evento. La lectura comparativa nos permitió llegar a la conclusión de que ambos periódicos coinciden, por un lado, en mostrar el debate en clave de infoentretenimiento con una marcada espectacularización de la política, y, por el otro, en que las representaciones que reprodujeron se desarrollaron alrededor de significaciones relacionadas con la violencia, el control de las emociones, la imposición de sus imágenes, el poder combativo y la seguridad de sus posturas. En este proceso se identifica una atenuación del distanciamiento en el tratamiento de las figuras políticas y una progresiva desacralización de su investidura como futuros posibles presidentes de la nación.

Palabras clave: debate presidencial, discurso político, infoentretenimiento, representaciones

Discursos acerca de la autotraducción en el cine regional peruano: comentarios sobre la traducción quechua-castellano frente a las perspectivas de tres directores quechuahablantes

Franzs Josué Avalos Rospigliosi

Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas

Andrea Celeste Guzmán Herrera

Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas

Resumen

La exposición de una lengua originaria en el cine regional peruano genera discursos prescriptivos sobre su uso y su autotraducción al castellano. Más que considerar al cine regional como una herramienta de recepción cultural, estos discursos dan paso a juicios de valor sobre el campo de la traducción. La presente investigación describe las actitudes del público que se visibilizan en las redes sociales X, Tiktok, Youtube e Instagram respecto de cuatro películas en quechua. Para ello, se elaboró un corpus con 121 comentarios publicados en redes sociales durante noviembre de 2022 y diciembre de 2024, en las cuentas de las películas o en publicaciones donde las mencionaron. A partir del corpus, se identifica que el posicionamiento del público se basa en el vínculo familiar con el quechua, en la discordancia con otras variantes de la lengua o en preferencias de traducción audiovisual. Además, para esta investigación se ha entrevistado a los directores de cine con el objetivo de identificar si estos comentarios contrastan o coinciden con el concepto de traducción que tenían cuando realizaron sus respectivos proyectos. La exposición de una lengua originaria en el cine regional peruano genera discursos prescriptivos sobre su uso y su autotraducción al castellano. Más que considerar al cine regional como una herramienta de recepción cultural, estos discursos dan paso a juicios de valor sobre el campo de la traducción. La presente investigación describe las actitudes del público que se visibilizan en las redes sociales X, Tiktok, Youtube e Instagram respecto de cuatro películas en quechua. Para ello, se elaboró un corpus con 121 comentarios publicados en redes sociales durante noviembre de 2022 y diciembre de 2024, en las cuentas de las películas o en publicaciones donde las mencionaron. A partir del corpus, se identifica que el posicionamiento del público se basa en el vínculo familiar con el quechua, en la discordancia con otras variantes de la lengua o en preferencias de traducción audiovisual. Además, para esta investigación se ha entrevistado a los directores de cine con el objetivo de identificar si estos comentarios contrastan o coinciden con el concepto de traducción que tenían cuando realizaron sus respectivos proyectos.

Palabras clave: autotraducción, cine regional peruano, directores de cine, bilingüismo, comentarios en redes sociales, ethos

Etnografía digital de la identidad argelina: culturemas y transmisión cultural en el discurso de influencers

Loubna Benrabra

Universidad de Orán 2

Resumen

La identidad argelina en redes sociales no es fija ni homogénea, sino que se configura de manera cambiante y se construye a partir de la mezcla de lenguas, referencias culturales y tendencias globales, en un proceso continuo de negociación. En este sentido, los influencers actúan como mediadores que contribuyen tanto a la transmisión como a la transformación de la cultura.

Este trabajo se propone explorar, desde la etnografía digital, cómo se construye y se expresa la identidad argelina en las redes sociales a través del discurso de los influencers. En un contexto donde plataformas como Instagram, TikTok o YouTube forman parte de la vida cotidiana, estos actores digitales no solo entretienen, sino que también participan activamente en la manera en que se comparten y reinterpretan elementos culturales.

El objetivo es comprender cómo circulan los culturemas y cómo se produce la transmisión cultural en estos espacios digitales. A través de sus contenidos, los influencers ponen en juego referencias culturales, lingüísticas y sociales propias de Argelia, que a menudo son adaptadas, simplificadas o resignificadas para un público amplio y diverso. Estas prácticas permiten observar cómo la identidad se construye hoy en día en un equilibrio constante entre lo local y lo global.

A partir de ahí, la etnografía digital ofrece una forma de acercarse a estos fenómenos siguiendo de cerca los contenidos publicados, las interacciones y las reacciones de las audiencias. El análisis se apoya en casos concretos de influencers argelinos que abordan temas culturales o de la vida cotidiana, lo que permite captar de manera más precisa las dinámicas en juego.

Palabras clave: etnografía digital, identidad argelina, culturemas, influencers, redes sociales

La representación de intercambios polémicos en noticias digitales sobre lenguaje inclusivo en Uruguay

Germán Canale

Universidad de la República

Resumen

La polémica es una forma de gestionar el conflicto a través del disenso, en la que la persuasión no se dirige hacia el oponente sino más bien hacia un “tercero”, i.e. la audiencia (Amossy 2021). El discurso de la noticia ha tenido un rol central en la construcción y circulación de estas polémicas (Chappi Ocurro 2023). En la actualidad, los entornos digitales de noticias (periódicos, portales, etc.) ofrecen dinámicas comunicativas y recursos específicos para la construcción de polémicas. A través de varias estrategias de recontextualización, la voz periodística administra la inclusión y exclusión de voces, reportes y sucesos de manera de construir significados polémicos en torno a eventos sociales concretos. En esta presentación estudio un mecanismo específico de recontextualización del discurso periodístico: la representación de intercambios polémicos, es decir, intercambios -en principio dialógicos y dialogales- donde al menos dos participantes se dirigen entre sí a través de la confrontación de actitudes, opiniones, argumentos, etc. (Dascal 1998). Apoyándome en un corpus de 72 noticias sobre lenguaje inclusivo de género en Uruguay (período 2018-2024), discuto diversos mecanismos de representación de estos intercambios: la construcción de perfiles (Bergler 2006) de actores sociales de élite y la representación de diálogos reales y ficticios (Cramer 2011) entre ellos. Mi discusión se enfoca en: i) cómo estas formas de recontextualización cumplen propósitos específicos en la construcción polémica; 2) el efecto retórico de estos (pseudo-) diálogos en la construcción del lenguaje inclusivo de género como objeto polémico en el contexto político y social uruguayo, 3) las estrategias de extra-textualización que emplea la voz periodística para situarse por fuera de la construcción polémica. La ponencia se enmarca en el proyecto (FCE_1_2023_1_175869) “Polémicas en torno al lenguaje inclusivo en medios digitales: argumentos, discursos e ideologías”, financiado por la Agencia Nacional de Investigación e Innovación, Fondo Clemente Estable (2024-2026).

Palabras clave: polémica, intercambio polémico, lenguaje inclusivo, género, Uruguay

La conceptualización cultural del 8 de marzo en español, ruso e italiano a través de las imágenes digitales

Anastasiia Carisio

Universidad Complutense de Madrid

Resumen

Este trabajo explora la conceptualización cultural del 8 de marzo (Día Internacional de la Mujer) en español, ruso e italiano a través del análisis de imágenes digitales y felicitaciones difundidas en entornos virtuales. El objetivo principal es identificar y comparar los estereotipos culturales y los sistemas de valores que se manifiestan en estas representaciones multimodales en distintos contextos socioculturales.

La investigación se enmarca en la lingüística cultural, una rama de la lingüística que se centra en la identidad cultural transmitida por las unidades lingüísticas, las imágenes y, en general, cualquier manifestación cultural. La base de la imagen del mundo de los individuos está constituida por su propio sistema de valores, estereotipos y patrones cognitivos. En lingüística cultural, el estereotipo se refiere al contenido de la interacción entre lengua y cultura y se correlaciona con la imagen ingenua del mundo. Esta concepción del estereotipo predomina en los estudios de J. Bartmiński (Bartmiński y Zinken, 2009) y en la Escuela Etnolingüística de Lublin. Además, los estereotipos contribuyen a la identificación de las conceptualizaciones culturales (Sharifian, 2017). En particular, en este trabajo se analiza la conceptualización cultural del 8 de marzo como parte de las representaciones de la mujer en distintos espacios socioculturales. El corpus está compuesto por una selección de imágenes y mensajes de felicitación ampliamente difundidos en redes sociales y en buscadores como Google en Italia y España y Yandex en Rusia.

El estudio aporta una mejor comprensión de los mecanismos mediante los cuales se construyen y transmiten significados culturales en los entornos digitales.

Palabras clave: lingüística cultural, conceptualizaciones culturales, estereotipos, multimodalidad, representación de género

Epistemologías decoloniales en salud a través el activismo digital de Quinndy Akeju

Núria Cassany Espinosa

Universitat de València

Resumen

El estudio analiza el activismo digital de la enfermera y activista afrofeminista, decolonial y antirracista Quinndy Akeju. A partir de la etnografía virtual y el análisis cualitativo del discurso en redes sociales con ATLAS.ti, se examina cómo las denuncias sobre violencia sanitaria por racismo y apartheid sanitario evidencian la operatividad de la necropolítica institucional y la colonialidad del saber médico. Se muestra cómo la experiencia situada e interseccional resulta una forma de desobediencia epistémica que cuestiona la hegemonía del modelo biomédico occidental. El activismo digital se configura como un espacio de resistencia decolonial en el ámbito de la salud. Este espacio deviene esencial para la producción de conocimiento situado, la consideración al legado histórico decolonial, y la construcción de una red comunitaria fundamentada los principios territorio-cuerpo-tierra.

Palabras clave: feminismos decoloniales, necropolítica, activismo digital, salud, conocimiento situado

Redes sociales, traducción y comunidad: jerarquía y flexibilidad en el proceso de localización fan del videojuego *Deltarune*

Gabriela Angiolina Céspedes Gonzales

Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas

Resumen

Si bien existen estudios sobre la colaboración, los roles y el uso de plataformas digitales en la localización fan de videojuegos, el crowdsourcing y las motivaciones que las comunidades en línea desarrollan en etapas postraslativas activas han sido poco explorados. Por ello, en esta investigación, se analizó el caso de DeltaESP, un grupo fan traductor dedicado a localizar el videojuego Deltarune del inglés al español peninsular. Mediante una etnografía digital o netnografía con scraping de datos, entrevistas y análisis de interacciones en sitios virtuales públicos (Youtube y Discord), se indagó en la relación entre los traductores fan y la participación e interacción de los miembros del fandom con los traductores fan. Los resultados apuntan a la formación de una jerarquía flexible, que es una propuesta de este estudio para referirse al balance entre la autoridad y la flexibilidad en las decisiones de los traductores fan. Esta jerarquía flexible cuenta con etapas activas que parten de criterios de calidad de los traductores fan. Estos criterios nacieron de normas lingüístico-textuales que impactaron en las decisiones traductológicas y que, junto a las motivaciones y los compromisos de DeltaESP, sugieren respeto a las intenciones y expectativas de los participantes del acto traslativo (lealtad). De este modo, los compromisos de los traductores fan definen el grado de aceptación de los usuarios sobre su traducción y, por lo tanto, motivan la distinción de DeltaESP dentro del fandom, como lo sugiere la recepción positiva y la formación de alianzas de difusión entre traductores fan y miembros del fandom. Este estudio permite reforzar la literatura sobre localización fan de videojuegos al estudiar la formación de comunidades en línea y enfocarse en el crowdsourcing activo y en las normas de los traductores fan, que rigen sus decisiones traductológicas y su interacción con los miembros del fandom.

Palabras clave: crowdsourcing, traducción colaborativa, traducción fan, localización de videojuegos, comunidad

Las mujeres trans en el corpus TransCorp-NC: el caso de NoticiasCaracol.com

Sergio Alberto Chávarro Vargas

Universidad de Antioquia

Resumen

El estudio doctoral en progreso tiene como objetivo caracterizar las representaciones discursivas de las actrices sociales trans a partir de los Estudios Críticos del Discurso Multimodal y Multimedial (Pardo Abril, 2012, 2015, 2016, 2022) aplicado al subcorpus TransCorp-NC, conformado por 37 noticias de NoticiasCaracol.com. Estas noticias integran un corpus de mayor volumen llamado TransCorp. El subcorpus aborda la temática de mujeres trans y comprende noticias publicadas en NoticiasCaracol.com. durante el periodo comprendido entre el 1 de enero de 2020 y el 31 de diciembre de 2021. La investigación se suscribe en el enfoque mixto (Creswell, 2014), emplea elementos metodológicos propios de la investigación cualitativa y cuantitativa. El método de recolección y análisis de datos lingüísticos se alinea con los postulados de Parodi (2010): selección de los medios de comunicación, mención y creación del corpus, diseño y validación de los instrumentos de análisis, por último, análisis de las unidades semiótico-discursivas y unidades lingüístico-discursivas, a la luz de los postulados de los ECDMM. Sobre la unidad de análisis se tiene en cuenta la relación multisemiótica de los elementos que componen el género discursivo noticia de mujer trans. Para llevar a cabo el análisis discursivo se emplean principalmente dos herramientas: Antconc, software de análisis de datos cuantitativos, tales como frecuencias y colocados; la segunda ATLAS.ti, software de análisis de datos cualitativos, para analizar imágenes y texto. Los resultados preliminares del análisis discursivo multimodal sugieren que las representaciones discursivas del medios de comunicación sobre las actrices sociales trans se asocian con: actrices sociales trans percibidas como sujetos de derechos; reconocimiento social de las actrices sociales trans; actrices sociales víctimas de violencia; resignificación del insulto y otros discursos de discriminación.

Palabras clave: actrices sociales trans, estudios críticos del discurso, multimodalidad, multimedialidad, género discursivo

Desarrollo de vocabulario técnico en lengua de señas mediante inteligencia artificial: un enfoque participativo para la educación superior inclusiva

Wilson Cisneros Basurto

Universidad Nacional de Educación

Karen Ortega Renteria

Universidad de Cantabria

Jorge Banet Ponce

Pontificia Universidad Católica del Ecuador

Byron Ormaza Farias

Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE

Resumen

El acceso equitativo a la educación superior para estudiantes sordos continúa enfrentando importantes desafíos, especialmente en áreas STEM (ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas), donde la falta de vocabulario técnico en lengua de señas limita la comprensión de conceptos especializados y dificulta la comunicación efectiva entre estudiantes, docentes e intérpretes. En este contexto, la presente investigación tuvo como objetivo diseñar y validar una metodología para el desarrollo de vocabulario técnico en lengua de señas, apoyada por inteligencia artificial generativa y procesos de validación participativa.

El estudio se desarrolló en Ecuador, en el marco de la carrera de informática de una universidad pública, donde se identificó la necesidad de generar señas específicas para conceptos técnicos fundamentales. A partir del análisis curricular, se seleccionaron 200 términos clave del área. Posteriormente, se empleó inteligencia artificial para proponer representaciones conceptuales que orientaron la creación inicial de las señas. Estas propuestas fueron sometidas a un proceso de validación en tres niveles: conceptual (con docentes expertos en informática), lingüístico (con intérpretes de lengua de señas) y comunitario (con personas sordas).

Los resultados evidenciaron altos niveles de aceptación en criterios como comprensión, naturalidad, iconicidad, facilidad de producción y pertinencia educativa, lo que sugiere que la integración de inteligencia artificial con procesos participativos permite acelerar el desarrollo de vocabulario técnico sin comprometer su validez lingüística y cultural. Como aporte principal, la investigación propone un modelo metodológico replicable para la expansión léxica en lengua de señas en distintos campos del conocimiento. Este enfoque contribuye a fortalecer la inclusión educativa en contextos universitarios, facilitando una comunicación más precisa y accesible para estudiantes sordos en disciplinas altamente especializadas.

Palabras clave: educación superior, educación inclusiva, informática, inteligencia artificial, lengua de señas

El papel del “prompt” como mediador entre humano e IA en la construcción multimodal del significado

Brenda Corchado Robles

Universidad Interamericana de Puerto Rico en Arecibo

Resumen

Este trabajo propone una reinterpretación del concepto de “mediación” desde una perspectiva discursiva y multimodal, centrada en el papel del “prompt” en la interacción entre humanos y sistemas de inteligencia artificial especializados en la producción de imágenes, en específico Nano Banana, ChatGPT y Sora.

Se parte, para este enfoque, de la definición de ‘mediación’ (MCER) como la capacidad de facilitar la comprensión entre interlocutores, tanto de textos como de ideas. Esto brinda el fundamento para plantear que el “prompt” puede entenderse como un dispositivo de mediación que organiza los elementos semióticos que componen las construcciones multimodales elaboradas en los generadores de imágenes mencionados.

Desde la semiótica social de la multimodalidad, en particular los aportes de Gunther Kress (2009, 2020) y Theo van Leeuwen (2006), el significado se construye mediante la articulación de distintos modos semióticos (visual, verbal, espacial). En este marco, el “prompt” no se limita a una instrucción textual, sino que funciona como un mecanismo que orienta la selección, combinación y jerarquización de modos en la producción de artefactos multimodales generados por IA.

Metodológicamente, el estudio adopta un enfoque cualitativo basado en el análisis de interacciones humano-IA. Se examinan distintos tipos de “prompts” que evidencian estrategias de mediación en las cuales el usuario, no solo expresa una intención comunicativa, sino que media en la selección, organización y representación del significado.

Palabras clave: inteligencia artificial, texto cibernético, gramática visual, semiótica, mediación

Los derechos de sociabilidad y los principios éticos como bases evaluativas de la descortesía: el caso de las reseñas negativas en Trustpilot

Patricia Díaz Muñoz

Universidad Autónoma de Madrid

María de la O Hernández López

Universidad Pablo de Olavide

Resumen

La investigación reciente sobre la descortesía se ha centrado en su carácter evaluativo y en los factores que influyen en la percepción de comportamientos interaccionales problemáticos (Culpeper y Tantucci, 2021; Spencer-Oatey y Wang, 2025). Esta perspectiva se asocia con la descortesía de primer orden, frente a la descortesía de segundo orden, más orientada a los actos amenazantes contra la imagen y a las estrategias de descortesía desde el punto de vista del analista (cf. Culpeper, 1996). Spencer-Oatey (2008) ya argumentó que los conflictos que emergen en la interacción pueden atribuirse a múltiples factores, como los derechos interaccionales, la imagen o los objetivos interaccionales, y Spencer-Oatey y Wang (2024) incorporan además los principios éticos como otro fundamento evaluativo. Sin embargo, estas bases evaluativas apenas se han explorado empíricamente en datos digitales. Las reseñas en línea constituyen un contexto idóneo para observar qué aspectos de la interacción llevan a los usuarios a juzgar sus experiencias como inapropiadas o descorteses. Siguiendo a Spencer-Oatey (2008) y Spencer-Oatey y Wang (2024), el presente estudio se centra en dos factores: los derechos y obligaciones de la interacción y los principios éticos (o percepción de justicia). En concreto, se pretende, por un lado, identificar qué derechos de sociabilidad se perciben como vulnerados y, por otro, explorar el papel de los principios éticos y si estos se consideran infringidos en reseñas negativas de Trustpilot. Para ello se analizaron 1.000 reseñas negativas escritas en español sobre cinco empresas de naturaleza diversa (Airbnb, Miravia, Ryanair, Wallapop y Zara). El análisis se llevó a cabo principalmente de forma cualitativa mediante NVivo15, complementado con comparaciones cuantitativas de las bases evaluativas identificadas. Los resultados indican que las evaluaciones de descortesía se apoyan de forma destacada en la percepción de incumplimientos de derechos, que suelen coocurrir con juicios éticos, especialmente en relación con la relación coste-beneficio y los derechos de asociación interaccional. Se muestra así que la descortesía no puede explicarse únicamente en términos de imagen, sino que exige atender a las bases evaluativas vinculadas a los derechos de sociabilidad y a los principios éticos invocados por los usuarios en sus juicios.

Palabras clave: bases evaluativas, descortesía, gestión de relaciones interpersonales, derechos de sociabilidad, principios éticos, reseñas negativas

Estrategias léxicas de encuadre enunciativo en publicaciones digitales sobre la población LGTBI

Nacho Esteban Fernández

Universidad Complutense de Madrid

Resumen

La selección de un tema de discusión específico dispone una estrategia semántica general por la cual sobresalen dominios relacionados, de forma lógica o estratégica, con dicho tema. El uso denotativo y connotativo del léxico contribuye decisivamente a la prosodia semántica en una acumulación de evaluaciones que pueden acabar naturalizando determinadas asociaciones, particularmente en debates sobre colectivos minorizados (Baker, 2004, 2018).

Esta caracterización colectiva del otro apela a un conocimiento compartido condensado en repertorios interpretativos relativamente estables y afianzado mediante su reiteración. Dichos repertorios explotan inquietudes, tanto genéricas como específicamente vinculadas a ciertos colectivos, que se organizan en torno a campos semánticos recurrentes (Esteban Fernández, 2025).

La presente investigación propone una exploración de los campos semánticos emergentes en el debate digital sobre dos sucesos en España que suscitaron reacciones contra la población LGTBI: el llamado “pin parental” y una campaña de Correos por el Orgullo. A partir de un corpus de 6.447 publicaciones procedentes de redes sociales, foros y secciones de comentarios en periódicos digitales, se determinaron los campos semánticos más prominentes agrupando las principales palabras clave (Baker, 2004; Rayson, 2008).

Posteriormente, se seleccionó una muestra aleatoria de 761 publicaciones para analizar las estrategias léxicas de encuadre enunciativo (Gallardo-Paúls y Enguix Oliver, 2014; Gallardo-Paúls, 2021) dentro de cada dominio de los distintos actores sociales mencionados según su adscripción al endogrupo o a diversos exogrupos (Van Dijk, 1999; Arrieta Castillo, 2019).

En los dos sucesos analizados destacan prácticamente los mismos campos semánticos y una desproporción de referencias exgrupales, sobre todo en determinados dominios. Debido al tema del corpus, presentan una frecuencia elevada los términos, genéricos o peyorativos, referidos a la orientación sexual y la identidad de género. También son comunes las referencias exgrupales a políticos españoles y a la ideología política, en ocasiones mediante términos despectivos, como “progre”, “facha” o “podemitas”.

Palabras clave: análisis del discurso basado en corpus, discurso digital, LGTBIfobia, encuadre discursivo, campo semántico

Resignificar para construir comunidad: innovación léxica en el discurso digital de Twitch

Ángela Fernández Palacio

Universidad de Cantabria

Resumen

Las redes sociales se han convertido en un medio fundamental de socialización entre los más jóvenes. Dentro del amplio catálogo de plataformas, han tenido un gran crecimiento las plataformas de interacción en tiempo real, como Twitch. Esta es una plataforma cuya función principal es la retransmisión en vivo, en la que un creador de contenido o streamer interactúa con su audiencia mientras juega videojuegos o charla informalmente. En este contexto interactivo alcanzan una gran importancia los mecanismos lingüísticos que usa el emisor. Entre ellos, la resignificación léxica adquiere gran relevancia comunicativa ya que presenta características particulares derivadas de la interacción simultánea entre streamer y audiencia. Este proceso es clave para conformar significados compartidos únicos en cada comunidad discursiva. De esta manera, el objetivo principal de este trabajo es observar cómo se produce innovación semántica y pragmática dentro del sociolecto juvenil a través de la resignificación de elementos léxicos y qué función cumple este proceso en la construcción de la identidad grupal. Para ello, se ha construido un corpus que recoge las interacciones de 9 streamers españoles, agrupados en base a su nivel de impacto, es decir, su número de seguidores: el primer grupo estará formado por aquellos con más de un millón de seguidores, el segundo entre un millón y 300.000, finalmente, el tercer grupo con menos de 300.000. En total, se analizaron alrededor de 27 horas de directo a partir de las dos primeras horas y la última de cada vídeo, con el objetivo de observar qué elementos léxicos resignificados aparecen en la interacción y acompañan a actos ritualizados —saludos, despedidas, disculpas, entre otras—. El análisis permite identificar qué mecanismos de resignificación léxica se consolidan en este tipo de interacción y qué papel desempeñan en la construcción de significados compartidos dentro de la comunidad.

Palabras clave: discurso digital, Twitch, resignificación léxica, imagen social, cortesía

Interacción intercultural y construcción discursiva en un proyecto COIL: análisis de prácticas comunicativas en entornos digitales

Lucía Gadea Boronat

Universitat Politècnica de València

Resumen

La comunicación analiza un proyecto COIL (Collaborative Online International Learning) desarrollado en el marco del programa Global Classroom entre estudiantes de Español B2 de la Universitat Politècnica de València (Campus de Alcoy) y el Tecnológico de Monterrey (México). La experiencia se centró en la colaboración académica internacional mediada por herramientas digitales, con especial atención a la relación entre cultura, gastronomía e interacción intercultural.

El grupo de la UPV estuvo compuesto por estudiantes de intercambio Erasmus de diversas nacionalidades, lo que añadió un componente de diversidad lingüística y cultural. El diseño didáctico incluyó investigaciones sobre tradiciones gastronómicas, análisis de nombres de restaurantes desde la perspectiva del paisaje lingüístico y actividades de reflexión intercultural. Estas tareas generaron producciones escritas, audiovisuales e interacciones digitales para el estudio.

Desde el enfoque del análisis del discurso digital, se examinan las prácticas comunicativas desarrolladas en Google Drive, con atención a los procesos de negociación de significados, construcción identitaria y mediación intercultural. Se consideran los retos derivados de la coordinación académica internacional, la gestión de diferencias horarias y la participación desigual como elementos que inciden en la configuración discursiva de la experiencia.

Los resultados ponen de manifiesto que los entornos digitales de colaboración favorecen la generación de prácticas discursivas significativas, en las que el aprendizaje lingüístico se articula con procesos de reflexión cultural y construcción de competencias interculturales. El estudio aporta así un caso aplicado para el análisis del discurso digital en contextos educativos universitarios.

Palabras clave: COIL, discurso digital, interacción intercultural, identidad cultural, enseñanza de lenguas.

Graficonos y manipulación: Construyendo la identidad de los ciberacosadores sexuales

Andrea García-Montes

Universitat Politècnica de València

Resumen

El objetivo de esta investigación es analizar el uso que hacen los ciberacosadores sexuales de menores de los emojis y emoticonos a la hora de construir una identidad distinta de la suya. El corpus, cedido por el Ministerio del Interior de España, comprende 70 conversaciones (103.396 palabras, 3604 emojis) entre ciberacosadores sexuales y sus víctimas. La investigación adopta el marco del análisis del discurso mediado por ordenador (Herring, 2004). Se ha utilizado #Lancsbox (Brezina et al., 2020) para obtener las frecuencias de los emojis presentes en el subcorpus formado por los mensajes de los agresores. El 73 % de los ciberacosadores de nuestro corpus mienten sobre su edad y su género. De estos, el 71 % emplea graficonos en sus mensajes. Los resultados obtenidos nos muestran una tendencia vinculada al incremento del número de elementos gráficos que utilizan los ciberacosadores que fingen ser menores. Otros de los patrones que se observan cuando se tienen en cuenta los distintos tipos de juegos de identidad (Grant y MacLeod, 2020) consiste en que, mientras que los acosadores que mantienen su identidad real de hombre adulto optan por establecer un tono gracioso o de coqueteo en sus conversaciones (predominio de 😄 y 😊), aquellos que se hacen pasar por adolescentes utilizan graficonos de polaridad negativa (p. ej., 😬, 😬) para indexicalizar una posición de vulnerabilidad y generar empatía. En los casos en que proyectan una identidad de mujer, destaca la explotación del estereotipo de género mediante el uso de graficonos. El emoji ❤️ no solo es el graficono más empleado cuando se hacen pasar por chicas adolescentes, sino que es la palabra más frecuente para estos ciberacosadores. El estudio concluye que el uso de graficonos no es aleatorio, sino que constituye una estrategia más en el repertorio de los ciberacosadores sexuales.

Palabras clave: identidad, juego de identidad, ciberacoso sexual a menores, graficonos, análisis del discurso

De territorio a afecto: la construcción de escenarios de conflicto como espacios emocionales en línea

Mabel Giammatteo

Universidad de Buenos Aires

Alejandro Parini

Universidad de Belgrano

Resumen

En los entornos digitales, las emociones cumplen un papel central en la construcción de la noción de lugar en discursos sobre conflictos internacionales (Parini y Yus, 2023; Parini y Yus, en prensa). Existe consenso en que las emociones son fundamentales en la experiencia humana y la interacción social (Ferré et al., 2025). En este marco, esta ponencia se propone analizar cómo un escenario de conflicto como la guerra en Ucrania es resignificado como espacio emocional en línea en las prácticas discursivas de usuarios.

Investigaciones previas mostraron que los comentarios de usuarios en plataformas digitales privilegian evaluaciones subjetivas emocionalmente marcadas por sobre descripciones objetivas (Parini y Giammatteo 2018; Giammatteo, Parini et al. 2021; Parini 2026). El presente estudio aborda el entorno digital como espacio socialmente construido, en el que las emociones compartidas (Goldenberg et al. 2020) operan como recursos fundamentales para la construcción discursiva del conflicto. En la ponencia examinamos el entrecruzamiento de locación, localidad y dimensión emocional del lugar (Agnew, 1987) en intercambios en línea y la construcción del conflicto en Ucrania como espacio emocional. El corpus está constituido por 150 comentarios en español (8500 palabras) publicados en respuesta a dos videos institucionales de las cadenas de noticias BBC y CNN sobre la guerra en Ucrania, difundidos en YouTube entre marzo y abril de 2026.

El análisis tiene un enfoque cualitativo y se centra en identificar los recursos lingüísticos mediante los cuales los usuarios construyen proximidad o distancia afectiva respecto del conflicto, así como las convergencias y divergencias en la conceptualización del espacio. Los resultados preliminares sugieren que los participantes reconfiguran el conflicto como un espacio emocional compartido, donde negocian solidaridades, alineamientos ideológicos y pertenencia simbólica. El estudio contribuye a la comprensión de las emociones en la construcción discursiva del lugar en contextos de conflicto global en entornos digitales.

Palabras clave: entornos digitales, expresión de afecto, discursos sobre conflictos internacionales, espacio emocional, YouTube

Polarización discursiva “nosotros/ellos” en la prensa digital peruana: un análisis crítico del discurso sobre la migración venezolana

Sheylla Gil García

Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Centro de Investigación de Lingüística Aplicada (CILA); Grupo de Investigación Lenguas y Filosofías del Perú

Resumen

En los últimos años, el incremento sostenido de la migración venezolana hacia el Perú ha generado un amplio debate público y mediático que incide en la construcción de representaciones sociales sobre esta población. En este contexto, la prensa digital se configura como un espacio clave en la producción de discursos que contribuyen a la diferenciación simbólica entre grupos sociales, particularmente mediante la construcción de la dicotomía “nosotros” y “ellos”. En este marco, el presente trabajo tiene como objetivo analizar la polarización discursiva “nosotros/ellos” en la representación de la migración venezolana en la prensa digital peruana. La investigación se desarrolla desde el enfoque del Análisis Crítico del Discurso. Metodológicamente, se adopta un enfoque cualitativo basado en el análisis de un corpus de 30 noticias publicadas en diarios digitales peruanos como El Comercio, La República y Trome, difundidos entre 2020 y 2025. Asimismo, se emplea el cuadrado ideológico propuesto por Teun A. van Dijk como herramienta metodológica, el cual permite examinar cuatro operaciones discursivas: (i) maximizar los aspectos positivos del grupo propio, (ii) maximizar los aspectos negativos del grupo externo, (iii) minimizar los aspectos negativos del grupo propio y (iv) minimizar los aspectos positivos del grupo externo. En la fase de análisis, se identifican estrategias discursivas de carácter léxico, semántico y discursivo que configuran la representación de los migrantes venezolanos y la construcción de la oposición entre el grupo nacional y el grupo migrante. Los resultados evidencian que determinados recursos discursivos contribuyen a reforzar la distinción entre “nosotros” y “ellos”, favoreciendo la reproducción de estereotipos y procesos de estigmatización. En conclusión, el estudio muestra que la prensa digital participa activamente en la configuración de representaciones sociales sobre la migración y en la reproducción de dinámicas discursivas que inciden en la percepción pública de este fenómeno.

Palabras clave: polarización discursiva, dicotomía nosotros/ellos, migración venezolana, discurso mediático, análisis crítico del discurso

Análisis cualitativo de la legibilidad del discurso divulgativo oral en medios digitales y tradicionales

Luisa Miguelina González Rodríguez

Universidad de Alicante

Resumen

La legibilidad constituye una dimensión esencial de la calidad textual y está estrechamente vinculada a la coherencia, cohesión, adecuación y corrección lingüística. Sin embargo, la legibilidad de la información médica divulgada en redes sociales y televisión es insuficiente para un público inexperto en muchos casos. Por ello, este artículo analiza cualitativamente la legibilidad lingüística y conceptual del contenido sobre salud femenina difundido en TikTok y televisión. El corpus objetivo está constituido, por un lado, por los videos subtítulos de TikTok y por otro lado por los capítulos subtítulos de una serie médica. Este estudio se centra en las variables cualitativas: la adecuación de la terminología, la ordenación de las ideas, el uso de conectores, la calidad de las reformulaciones. Asimismo, se usa un corpus comparativo de calidad, es decir, que la información de este corpus cumple con unos criterios de accesibilidad y calidad óptimos dentro del ámbito de la salud. A este corpus comparativo se le aplica el mismo análisis cualitativo, para posteriormente comparar las variables entre el corpus objetivo y el corpus comparativo de calidad. Análisis preliminares hacen pensar que hay aspectos cualitativos que deben ser mejorados.

Palabras clave: legibilidad, salud, divulgación, oralidad, digital

Estrategias de vigilancia epistémica ante el discurso conspiranoico en YouTube

Dorota Kotwica

Universitat de València

Resumen

La propagación de discursos conspiranoicos en las redes sociales refleja una profunda crisis de confianza en la autoridad científica (Demata 2024). Al mismo tiempo, genera debates polarizados en los que los usuarios despliegan estrategias lingüísticas y pragmáticas para cuestionar o validar la fiabilidad de la información y de los interlocutores. Estas estrategias evidencian la vigilancia epistémica, definida como el mecanismo cognitivo que evalúa la credibilidad del interlocutor y sus enunciados (Sperber et al. 2010, Unger 2016, Piatti 2024).

Este estudio analiza una selección de comentarios derivados de un debate en YouTube entre científicos y defensores de teorías conspiranoicas. El objetivo es identificar las estrategias lingüísticas de vigilancia epistémica de los usuarios respecto a la credibilidad de los conspiranoicos como fuentes de información. Los resultados preliminares sugieren que predominan las estrategias dirigidas hacia la fuente –el interlocutor– en lugar de hacia el contenido. Así, más allá de cuestionar la veracidad de los datos transmitidos, los usuarios activan procesos de deslegitimación basados en la desconfianza hacia la competencia y las intenciones de los emisores.

Palabras clave: vigilancia epistémica, discursos conspiranoicos, evidencialidad, deslegitimación, redes sociales

La desautomatización fraseológica en el discurso de la prensa digital cubana (2023–2026)

Geisy Labrada Hernández

Universidad Rey Juan Carlos

Resumen

El presente trabajo se inscribe en el ámbito del análisis del discurso y la fraseología y se centra en la desautomatización fraseológica como recurso estratégico en la titulación de la prensa digital cubana. Entendida como la manipulación creativa e intencionada de las unidades fraseológicas, la desautomatización no solo constituye un recurso lingüístico que genera interés y atrae la atención de los lectores, sino también un mecanismo discursivo condicionado por factores culturales, ideológicos y contextuales. El objetivo de la investigación es analizar la presencia, tipología y funciones pragmático-discursivas de la desautomatización fraseológica en titulares de la prensa digital cubana durante el período 2023–2026. Para ello, se ha empleado una metodología mixta, de carácter exploratorio, que combina el análisis cualitativo del discurso con el tratamiento cuantitativo de los datos. La muestra está compuesta por unos 3400 titulares extraídos de los periódicos Granma, Juventud Rebelde y Trabajadores, a partir de una selección sistemática de ejemplares publicados entre enero de 2023 y marzo de 2026. Los resultados confirman que, en la prensa cubana, la desautomatización fraseológica constituye un recurso poco frecuente, aunque altamente significativo desde el punto de vista discursivo. Su uso se concentra en géneros de opinión e interpretación, especialmente en textos sobre problemáticas sociales y económicas. Se constata, además, la persistencia de valores argumentativos, ideológicos y apelativos, a los que se suman estrategias emergentes de atenuación, ambigüedad y gestión indirecta de la crítica. Asimismo, se observa una estrecha correlación entre los tipos de desautomatización empleados, las temáticas tratadas y los efectos discursivos generados. Así, la desautomatización fraseológica se configura como un recurso discursivo estratégico que, en el contexto comunicativo actual de la prensa digital cubana, contribuye a modular la expresión de posicionamientos ideológicos y a negociar los límites de la opinión en el espacio público cubano.

Palabras clave: desautomatización fraseológica; prensa cubana; titulación periodística; análisis del discurso; pragmática

De la marginalización histórica al debate digital: autoconciencia lingüística en la comunidad asturiana

Covadonga Lamar Prieto

Mariam Nadirashvili

Miriam Villazón Valbuena

José Luis Godínez Altamirano

University of California, Riverside

Resumen

El estatus de la lengua asturiana se ha convertido en un tema controvertido que genera debates apasionados en redes sociales y foros públicos, reflejando tensiones históricas y políticas más profundas que continúan moldeando el discurso sobre su reconocimiento y preservación. El asturiano ha coexistido siempre en estrecho contacto con el español. En 1977, el 23,6% de los asturianos indicó que deseaba que la educación primaria fuera bilingüe en asturiano y español en la Asturias de la era democrática, un porcentaje similar al de Galicia, Cataluña o el País Vasco. Casi medio siglo después, la educación bilingüe sigue sin ser una realidad en Asturias (Álvarez Sancho et al., 2024), mientras que otras regiones han desarrollado protecciones legales integrales para sus lenguas minorizadas. El constructo ideológico sobre la legitimidad del poder centralizado y la lengua en España está complejamente entrelazado con el mito de Asturias como cuna de España (Guardado, 2024): la semilla histórica y el repositorio moral tanto de la monarquía como del catolicismo en Iberia. Esa ideología, reforzada durante el franquismo, ha dejado al asturiano en peor posición que a otras lenguas ibéricas. Hemos desarrollado TARDIS (siglas en inglés para Theoretical Analysis and Reflection of Digital Identification and Self-Awareness), un enfoque sistemático para analizar interacciones en redes sociales que nos permite examinar cómo la comunidad reflexiona sobre sus usos lingüísticos. Monitoreamos agentes en redes sociales (periódicos, radios, figuras políticas y culturales) en busca de conversaciones públicas relacionadas con el asturiano. El 23 de mayo de 2024, el periódico La Nueva España abrió un debate en Facebook: “¿Qué te parece el planteamiento de que el asturiano sea lengua oficial?”. Las respuestas reflexionan sobre la estandarización lingüística y variedades del asturiano. Los resultados demuestran la necesidad acuciante de crear programas educativos que tiendan puentes entre la percepción pública y el conocimiento académico.”

Palabras clave: lenguas minorizadas, redes sociales, autoconciencia lingüística, política lingüística, asturiano

Gastronomía digital: la promoción discursiva de la comida peruana en redes sociales

Marco Lovón

Universidad Nacional Mayor de San Marcos; Pontificia Universidad Católica del Perú

Resumen

La entomofagia tradicional en la Amazonía peruana se ha convertido en el centro de nuevas narrativas gastronómicas que crean experiencias culinarias, impulsadas por su rápida difusión en las plataformas digitales. En este sentido, la comida exótica se ha convertido en un tema de interés para los influencers gastronómicos —desde chefs profesionales hasta creadores de contenido— que transforman las prácticas de subsistencia indígenas en experiencias “gourmet” o “delicias amazónicas”, en particular con la larva del suri (*Rhynchophorus palmarum*) y la hormiga siquisapa (*Atta laevigata*). El objetivo de este artículo es analizar la construcción discursiva de la entomofagia tradicional en la Amazonía peruana a través de nuevas narrativas gastronómicas digitales. El estudio, que se basa en aportaciones del discurso digital, analiza la estrategia de “gourmetización” lingüística y visual que desplaza los significados asociados a los insectos hacia conceptos como “aperitivos exóticos” o “solución ecológica”. El corpus está compuesto, por un lado, por publicaciones en portales de noticias y, por otro, por contenidos publicados por foodgrammers en Instagram, Facebook y TikTok. El análisis examinará expresiones lingüísticas, el uso de hashtags y emojis, así como las fotos y vídeos publicados. El estudio concluye que esta revalorización discursiva funciona como una herramienta de marketing que mitiga la neofobia alimentaria y posiciona la entomofagia dentro de la narrativa de los “superalimentos” sostenibles, en un contexto global en el que las narrativas medioambientales tienen un gran eco.

Palabras clave: gastronomía digital, discurso, gastronomía peruana, redes sociales

Aproximación a la variación en el uso de los emojis en grupos de WhatsApp según la variable edad

Julia Lumbreras Mayans

Universitat de les Illes Balears

Resumen

El presente trabajo tiene como objetivo estudiar las herramientas multimodales (Sampietro, 2023) producidas en conversaciones coloquiales de la plataforma de mensajería instantánea WhatsApp. Concretamente, se propone analizar las ocurrencias de emojis (Vela-Delfa y Cantamutto, 2021) en dos muestras de habla de dos grupos etarios diferenciados (joven y adulto), con el fin de determinar tendencias concretas en las dos comunidades. Se proponen dos hipótesis: (1) el grupo joven (nativos digitales) empleará más emojis; no obstante, la variedad será menor, puesto que tienden a establecer significados estables entre intercambios; (2) el grupo adulto (inmigrantes digitales) empleará menos emojis, pero lo hará de modo más descriptivo, enfático o redundante, por lo que utilizará una mayor variedad.

La metodología parte de un corpus de elaboración propia, adscrito al CORWAS (Camargo, 2020-2024), de conversaciones coloquiales en dos muestras de habla: un grupo joven (menos de 25 años) de seis participantes, y un grupo adulto (más de 45 años) de cuatro participantes. Se plantea un análisis estadístico que contraste los datos de estas dos comunidades.

Los resultados señalan diferencias significativas entre ambos grupos, y suponen la confirmación solo parcial de las hipótesis: la muestra adulta emplea más del doble de emojis que la joven (concretamente, 2,59 veces más, lo que contraviene lo esperado), así como un 52 % más de emojis distintos que la muestra joven (que sí confirma lo vaticinado). Por tanto, estos datos nos encaminan hacia una caracterización particular del uso de la multimodalidad, dependiendo del grupo etario de los usuarios.

Palabras clave: análisis del discurso digital, lingüística de corpus, multimodalidad, variación social, WhatsApp

Las formas de tratamiento en YouTube: estrategias pragmalingüísticas de aprendizaje del español mediante diferencias multiculturales

Ginette Maguelouk Moffo

Universidad de Douala

Resumen

En los últimos años, el aprendizaje de lenguas ha hecho hincapié en las formas pronominales de tratamiento como: tú, usted, vosotros, vos (Kluge, 2020), así como las formas nominales (jefe, Juan, Señor). Además, se han incorporado exclamaciones, emojis y otros elementos textuales (Sampietro, 2020; Yus, 2023) para demostrar la informalización del discurso (Pérez-Sabater, 2024). En este estudio, los podcasts de YouTube mejoran la competencia comunicativa de los aprendientes del Español como Lengua Extranjera (ELE) en espacios translingüísticos (Pérez-Sabater y Maguelouk-Moffo, 2024). De hecho, la metodología resalta los actos del habla (peticiones, cumplidos, saludos y agradecimientos) que nos ayudan a comprender las diferencias multiculturales que refuerzan las interacciones.

En cuanto a los resultados, los aprendientes utilizan estrategias pragmalingüísticas de (des)cortesía (Culpeper, 2020) para participar en diversos podcasts. El análisis cuantitativo, basado en 278 mensajes recopilados, revela la frecuencia y el porcentaje de las formas de tratamiento. El análisis cualitativo destaca: (i) las formas de tratamiento mediante la pragmática intercultural; (ii) los errores de pronunciación y entonación; y (iii) el uso de peticiones, saludos, agradecimientos y cumplidos para reforzar la cercanía en los mensajes de podcasts. Por tanto, estas formas de tratamiento influyen en la pronunciación para marcar la cercanía y corregir los errores que cometen.

Palabras clave: aprendientes del (ELE), formas de tratamiento, podcasts, actos del habla, estrategias pragmalingüísticas

Propuesta metodológica endecagonal de análisis del discurso multimodal

Uri Márquez Mendoza

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Instituto de Ciencias Sociales y Humanidades “Alfonso Vélaz Pliego”

Resumen

El presente escrito retoma un corpus de cuatro publicaciones de Facebook para aplicar un modelo propio (Márquez Mendoza, 2025) que se inscribe en las metodologías de corte analítica, cualitativa y dialéctica (Bueno, 1972; Engels, 2014; Hegel, 2021, Iliénkov, 2022; Heráclito, 2023; Adorno, 2024), siendo un endecágono de conexiones analíticas. Ello permite explicar el funcionamiento sintáctico a nivel visual (Corchado Robles, 2020, 2025; Vela, Delfa y Cantamutto, 2021, 2023) y la contigüidad por atribución de las partes que le son ancilares o subsumen tal modo semiótico (los cuatro modos semióticos: el verbal, el visual, el oral y el kinésico). El modelo describe la intersemiosis comunicativa (Oteíza, 2013, 2018, 2022) y los posicionamientos ideológicos (significantes acolchados (Žižek, 1989)) que los interlocutores de las plataformas digitales emplean a través de la conceptualización del discurso multimodal (Kress y van Leeuwen, 2021), los cuales se expanden (*expansion/élasticité du discours*) en las redes sociales. De suerte que, el constitutivo isotópico propuesto desde la semiótica francesa (Greimas, 1966; Fontanille, 2001), en tanto que involucra al productor como el interlocutor (ideologizados), tomado transductivamente (Kress, 2010), posibilita al analista para encontrar referencias intertextuales y narrativas.

Así, el sujeto se realiza en el discurso multimodal con referencia a un posicionamiento enunciado y de enunciación (Benveniste, 1966). En este sentido, el objetivo de la ponencia es proponer a discusión dicho modelo teórico-metodológico del análisis del discurso multimodal. En el decurso del desarrollo de la propuesta metodológica se destaca la resolución de objetivos que competen al proceso de conceptualización en las metáforas del discurso multimodal (Lakoff y Johnson, 1980; Johnson, 1987; Lakoff y Turner, 1989; Turner, 1994; Turner y Fauconnier, 2002; Forceville, 1998, 2009, 2020, 2021; Urios-Aparisi, 2009; Yus, 2009), por medio de la demostración de dos aspectos sociológicos actuales: la infantilización del interlocutor y la visibilización de la agenda ideológica anglocibernética.

Palabras clave: metodología, intersemiosis, posicionamientos, multimodalidad, dialéctica

¿Qué necesitas para vivir en paz?: respuestas digitales en una obra memorial

Futuro Moncada Forero

Universidad Autónoma de Nuevo León

Resumen

Esta ponencia analiza el discurso digital generado en Casino Royale, pieza artística construida a partir de un fragmento arquitectónico sobreviviente del atentado perpetrado por el cartel de Los Zetas en Monterrey en 2011, con el fin de comprender cómo el arte puede activar memorias colectivas allí donde persiste el silencio institucional. El objetivo es examinar de qué manera el lenguaje, entendido como acto performativo y participativo, opera en una obra que convoca al público a responder la pregunta “¿Qué necesitas para vivir en paz?”. El estudio retoma los aportes de los actos de habla y la teoría de la performatividad, integrados con enfoques del análisis del discurso para atender las dimensiones tecnológicas, afectivas y contextuales de los mensajes emitidos. Metodológicamente, se realiza un análisis cualitativo y cuantitativo del corpus recolectado mediante un código QR dispuesto en distintos espacios, interpretando cada intervención como un acto lingüístico situado. Los resultados muestran una amplia variabilidad discursiva que desplaza la noción tradicional de “paz” hacia registros íntimos, irónicos o comunitarios, configurando una cartografía emocional que contrasta con la narrativa oficial del caso. En conclusión, el estudio evidencia cómo la participación digital en el arte puede funcionar como un espacio de resistencia simbólica, de manifestación individual y de elaboración memorial colectiva. “¿Qué necesitas para vivir en paz?” no es solo una pregunta, sino un gesto pragmático que articula lenguaje, deseo y acción. Su valor reside en su ambigüedad productiva y en su capacidad de convocar discursos que no suelen tener espacio en lo académico ni en lo institucional. Analizarla desde los actos de habla, las implicaturas y la performatividad permite comprender que no hay paz sin palabra, y que la palabra, en su acto de enunciación, es ya un modo de resistencia y de imaginación política.

Palabras clave: memoria, arte contemporáneo, violencia, paz, discurso

La etnografía digital como herramienta para la alfabetización científica y digital: un caso de estudio del alumnado de la Universitat de València

Alfonso Navarro Guinea

Universitat de València

Resumen

En esta ponencia explica el desarrollo del Proyecto de Innovación Educativa Emergente 2023-2024 (núm. 2736865): La etnografía digital como herramienta para la alfabetización científica y digital en la Universitat de València, orientado a enseñar al alumnado a comprender críticamente las nuevas tecnologías mediante metodologías cualitativas, especialmente la etnografía digital. Así, se presentan y sistematizan los resultados de 87 trabajos de etnografía digital realizados por 363 estudiantes de tres facultades y ocho grados, complementados con podcasts elaborados por los grupos y con las respuestas a un cuestionario sobre su experiencia. El estudio se centra en fenómenos actuales como el papel de las personas influencers, las dinámicas comunicativas en entornos digitales y la actividad en distintas redes sociales, así como en la percepción y gestión de la desinformación.

Las reflexiones del alumnado ponen de manifiesto que la etnografía digital es una herramienta útil, crítica y práctica para analizar la cultura digital, permitiendo que el alumnado desarrolle competencias de análisis discursivo, reflexión y argumentación sobre los contenidos digitales. Asimismo, el uso de podcasts como formato de difusión de los resultados demuestra ser un recurso innovador para consolidar el conocimiento y fomentar el aprendizaje compartido, además de potenciar la capacidad de síntesis y comunicación del alumnado.

Este proyecto evidencia cómo las metodologías cualitativas, especialmente la etnografía digital, pueden enriquecer la docencia universitaria, ya que permiten observar cómo el alumnado interactúa con los contenidos digitales, cómo procesa la información y cómo construye significados en los espacios sociales en línea. Los resultados sugieren que la combinación de tecnología, interdisciplinariedad y reflexión crítica favorece una comprensión más profunda y responsable de la cultura digital, a la vez que potencia prácticas docentes innovadoras que promueven un aprendizaje activo, participativo y consciente en los entornos virtuales.

Palabras clave: etnografía digital, pensamiento crítico, alfabetización digital, aprendizaje basado en proyectos (ABP), competencias científicas.

La deslegitimación de la clase política española: Análisis de sentimiento de un corpus de comentarios procedentes de la red social X

Manuel Padilla Cruz

Universidad de Sevilla

Resumen

El auge del discurso de odio en las redes sociales ha transformado la comunicación política digital y ha convertido plataformas como X en escenarios de alta polarización. Como parte de este fenómeno, la deslegitimación sobresale como una estrategia discursiva fundamental encaminada a erosionar la autoridad y la imagen pública del adversario político. Al presentarlo como un actor carente de validez moral o profesional, esta estrategia actúa como un catalizador del odio y facilita procesos de otrificación, criminalización y deshumanización que fragmentan el debate democrático y normalizan la hostilidad hacia el representante público.

A partir del análisis del léxico empleado en un corpus de publicaciones procedentes de X que deslegitiman a políticos españoles, esta comunicación examina los sentimientos que el lenguaje en ellas empleado transmite. Más concretamente, identifica no solo los términos más recurrentes en el ataque verbal, sino también su carga afectiva subyacente y su contribución al rechazo social. De este modo, el trabajo busca desentrañar cómo la selección léxica no es aleatoria, sino que obedece a una voluntad de generar estados emocionales específicos en la audiencia, tales como la indignación o el desprecio, para así intentar o validar la exclusión del actor político.

La metodología seguida combina el análisis del discurso con herramientas de lingüística computacional y análisis de sentimiento asistido por software. Tras la recopilación y limpieza del corpus, se procedió al etiquetado y procesamiento de sus datos para evaluar la polaridad emocional. Los principales hallazgos del análisis de sentimiento revelan un predominio de emociones negativas de alta intensidad, especialmente el asco y la ira. Los resultados también demuestran que el léxico de la deslegitimación está intrínsecamente ligado a un perfil emocional tóxico que busca anular la empatía y consolidar marcos narrativos de desprecio absoluto hacia la clase política.

Palabras clave: deslegitimación, discurso de odio, análisis de sentimiento, polarización política, redes sociales

Ironía y sarcasmo en el debate político-ideológico en redes sociales

Ana Pano Alamán

Università di Bologna

Ana Mancera Rueda

Universidad de Sevilla

Resumen

En años recientes, la investigación sobre discurso político digital se ha ocupado de la ironía y el humor tanto en los mensajes de partidos y líderes políticos como en los mensajes de los usuarios que buscan criticar o atacar el mensaje político. El debate político-ideológico que circula por las redes se ha relacionado con los conceptos de LOLitics (Tay 2014) y politainment (Mazzoleni y Bracciale 2019), basados en la idea de que la crítica dirigida a la política desde las plataformas digitales se basa esencialmente en un humor subversivo que genera en estos y otros entornos digitales un “neohumorismo de masas” (L’Yvonnet 2012). Distintos estudios sobre discurso digital en español (Pano y Mancera 2014; Pano 2015; Mazzuchino 2019; Mancera y Pano 2026) han demostrado que la posibilidad de publicar contenidos sin intermediación expone a los políticos al comentario inmediato de lo que dicen en un acto de enunciación permanente en clave irónica o humorística que trata de sacar a la luz las debilidades y contradicciones de las prácticas de poder (Hidalgo e Iglesias 2009). En esta comunicación, que adopta los planteamientos teóricos del grupo GRIALE (Ruiz y Alvarado 2013), se presentan los resultados de un análisis cualitativo de los contenidos irónicos y sarcásticos presentes en tres corpus de mensajes extraídos automáticamente (exportcomments.com) de Instagram, X y Facebook, que contienen textos publicados en enero-mayo de 2026 por los principales líderes políticos españoles respecto a temas polémicos de actualidad (corrupción, inmigración) y las respuestas y comentarios de los usuarios a esos textos. El objetivo es identificar, comparando las tres plataformas, las funciones pragmáticas de la ironía y de sus distintas manifestaciones en el discurso de los políticos y de quienes reaccionan a sus mensajes y determinar hasta qué punto orientan la interacción en estas redes y con qué efectos en el debate político actual.

Palabras clave: discurso político, redes sociales, ironía, sarcasmo, interacción

La divulgación meteorológica en TikTok: análisis multimodal de un vídeo de RTVE sobre el regreso de El Niño

Stéphane Patin

Université Paris Cité

Resumen

El auge de TikTok como plataforma de consumo informativo entre las generaciones más jóvenes ha impulsado a los medios de comunicación tradicionales a adaptar sus estrategias de divulgación a los códigos comunicativos propios de las redes sociales. En este contexto, la presente comunicación analiza un vídeo publicado por la cuenta oficial @eltiempotve de RTVE sobre el posible regreso del fenómeno climático El Niño. La investigación parte de la siguiente pregunta: ¿cómo transforma RTVE una explicación meteorológica institucional en un contenido nativo de TikTok mediante la integración de recursos multimodales que favorecen la divulgación científica, captan la atención del internauta y construyen El Niño como un riesgo climático? Desde el marco del análisis multimodal del discurso digital se examina la combinación entre los distintos modos semióticos: discurso oral, subtítulos, rótulos, imágenes, animaciones, grafismos, gestualidad, encuadre, montaje y banda sonora. Los resultados evidencian varios aspectos. La adaptación al ecosistema comunicativo de TikTok no supone una mera simplificación del contenido científico, sino una reconfiguración de sus modos de representación. La explicación se organiza mediante una secuencia causal progresiva, reforzada por preguntas retóricas, marcadores conversacionales, datos probabilísticos y estrategias de advertencia que orientan la interpretación del fenómeno. La eficacia divulgativa del vídeo descansa en la coordinación de recursos multimodales. Los subtítulos en modalidad karaoke sincronizan oralidad y lectura y generan un microdinamismo visual; los mapas, gráficos y animaciones confieren credibilidad científica; la gestualidad de la presentadora guía la interpretación de los elementos visuales y refuerza la dimensión explicativa; mientras que el montaje, las transiciones y el ritmo acelerado responden a las lógicas de captación de atención propias de TikTok.

Palabras clave: TikTok, divulgación científica, análisis multimodal del discurso, comunicación meteorológica

“Tienen que correr cabezas”: la atribución de culpa en comentarios de usuarios de Facebook sobre un evento trágico en Guatemala

Hebe Powell

Independiente

Resumen

En marzo de 2017 se produjo un incendio en un hogar seguro para adolescentes en Guatemala, en el que fallecieron 52 niñas. Tanto la tragedia como el desarrollo de las investigaciones posteriores han sido desde entonces objeto de atención mediática. Esta investigación analiza un corpus de 545 comentarios de usuarios de Facebook en respuesta a los artículos publicados por un diario digital guatemalteco sobre este suceso, desde 2017 hasta 2025, cuando los padres de las víctimas recibieron compensación financiera.

Con apoyo en la teoría de la valoración de Martin y White (2003) y el trabajo de Hanson, Page y Fuoli (2022), se examinan las diversas estrategias discursivas por medio de las cuales se atribuye la culpabilidad a los diferentes actores involucrados en la tragedia: las niñas, sus padres, y las autoridades. Se identifican las bases de las valoraciones, su enfoque y las narrativas que surgen.

Los resultados indican que en el caso de las autoridades y las niñas, la mayoría de las atribuciones de culpa se fundan en la ética mientras que a los padres se los juzga no solo en base de la ética sino también de su fiabilidad. Respecto al enfoque, hay que destacar que los juicios a las niñas se centran en su carácter mientras que a los padres se los juzga más por su comportamiento. De este modo emergen tres narrativas paralelas: la corrupción e impunidad institucional, el tipo de padres que abandonan a sus hijas y luego intentan sacar provecho de la tragedia, y la caracterización de las jóvenes como delincuentes que merecían morir.

Mientras los estudios sobre la atribución de culpa suelen enfocarse en actores políticos, en este trabajo se examina un rango más amplio de protagonistas sociales y se demuestra como este acto se emplea para deslegitimar a un grupo social marginalizado, revelando también una misoginia arraigada en la sociedad guatemalteca.

Palabras clave: culpa, deslegitimación, teoría de la valoración, estrategias discursivos, Facebook

¿Insulto o broma?: Detección automática de descortesía afiliativa en conversaciones de WhatsApp en español

Aránzazu Quintana San José

Universidad de Cádiz

Resumen

El uso de la descortesía afiliativa es cada vez mayor en algunos países, como España (Quintana San José, 2025), y se ve reflejado con creciente frecuencia en nuestras conversaciones, tanto orales como en entornos digitales, como el ejemplo siguiente del corpus CODES:

E1: yo sí lo pienso. no sé la evidencia científica que tendrá detrás, pero desde luego creo que también tenemos épocas hormonales

E2: Bueno, C, algún tipo de regulación hormonal seguramente haya en los hombres, ¿no? Por ejemplo, tanto yo como el maricón del P tenemos menos potencia deportiva en invierno y más en primavera-verano, aunque no hayamos cambiado los hábitos alimenticios o rutinarios

(GMHES9)

Sin embargo, uno de los principales problemas en diversos ámbitos, como el forense o el de la neurodivergencia, es que la descortesía afiliativa no siempre se interpreta correctamente. En el ámbito forense, una broma basada en este tipo de descortesía podría ser malinterpretada, llegando incluso a considerarse una ofensa real y generando consecuencias legales. En el ámbito de la neurodivergencia, personas con condiciones como el trastorno del espectro autista o el síndrome de Asperger pueden presentar dificultades en la adquisición de ciertas competencias pragmáticas necesarias para interpretar el humor, la ironía o las bromas, lo que puede llevar a que estas expresiones se interpreten de manera literal.

Por ello, hemos desarrollado un programa informático capaz de analizar conversaciones de WhatsApp con el objetivo de detectar automáticamente si un enunciado corresponde a un caso de descortesía negativa o a una descortesía con finalidad afiliativa. Este sistema busca contribuir a una mejor comprensión pragmática de las interacciones digitales y servir como herramienta de apoyo tanto en investigaciones lingüísticas como en contextos aplicados, como el análisis forense o el estudio de la comunicación en poblaciones neurodivergentes.

Palabras clave: descortesía afiliativa, detección automática, neurodivergencia, forense, WhatsApp

Corpus Humnet: claves y retos para la creación de un corpus de humor digital en español

Doina Repede

Universidad de Granada

Resumen

En los últimos años, el humor en español ha sido ampliamente estudiado, dando lugar a numerosas investigaciones. En particular, se han desarrollado propuestas de etiquetaje pragmático para su análisis (Khaylina y Alvarado, 2023; Ruiz Gurillo, 2023), junto con otros enfoques que exploran sus mecanismos discursivos y su impacto en la comunicación. Actualmente, el estudio del humor como competencia y actuación (Ruiz Gurillo, 2022), centrado en los procesos que intervienen en su producción e interpretación (Ruiz Gurillo, 2023), se ha consolidado como una rama de la lingüística del humor (ídem). Para ello, se han compilado corpus de textos humorísticos, como Observahumor (<https://www.observahumor.com/>) o Humcor. Corpus Oral Multimodal de Humor en Español (<https://humcor.snlt.es/>).

En la misma línea, se ha construido Humnet. Corpus de humor escrito (<https://humnet.snlt.es/>), el único corpus informatizado dedicado específicamente al estudio del humor en el español digital de España e Hispanoamérica. El corpus reúne diferentes tipos de contenidos humorísticos —chistes, monólogos, sketches, memes y desmotivaciones— en distintos formatos, como imágenes, GIFs, vídeos o textos, procedentes de redes sociales como X (Twitter), Instagram, Facebook, Reddit, Tumblr, Bluesky o YouTube. El archivo abarca un periodo de más de 25 años e incluye materiales sobre el humor digital de España e Hispanoamérica, desde el año 2000 hasta la actualidad. En esta ocasión, nos proponemos presentar las características principales del corpus Humnet, los criterios teóricos y metodológicos que fundamentaron su diseño, así como los procedimientos empleados para la recopilación, clasificación y codificación de los datos. Asimismo, se explicarán los criterios de búsqueda dentro de esta base de datos, que proporciona acceso a una extensa colección de textos humorísticos en el español digital.

Palabras clave: humor digital, variedades del español, lingüística de corpus, humanidades digitales, preservación

Relevamiento de técnicas metodológicas para el estudio de prácticas comunicativas digitales: justificación para un corpus del ámbito escolar

Mariana Mara Roche

Universidad Nacional de Río Negro, CIEDIS; CONICET

Resumen

Investigar las prácticas comunicativas digitales contemporáneas requiere una serie de decisiones que hacen al diseño y selección de herramientas metodológicas apropiadas para recoger, sistematizar y procesar los datos del discurso digital. La complejidad de abordar un objeto de estudio que cambia con rapidez y el tratamiento ético de interacciones reales, constituyen aspectos relevantes al momento de un análisis de este tipo. Este trabajo forma parte de una investigación más amplia sobre la reconfiguración de las prácticas comunicativas digitales en el ámbito escolar de nivel secundario argentino durante el período 2020-2023. En esta oportunidad, presentamos dos objetivos. Por un lado, indagar y ofrecer un estado de la cuestión de índole metodológico sobre estudios que abordan las prácticas discursivas en diferentes espacios digitales, haciendo foco en sus preguntas de investigación, conjunto de datos relevado y métodos utilizados. Por otro lado, a partir de ese panorama metodológico, presentamos las distintas técnicas de recolección utilizadas en nuestro corpus y justificamos el diseño metodológico empleado bajo los lineamientos de la etnografía digital (Hine, 2000, 2015) y de la sociolingüística digital (Androutsopoulos, 2014; Holmes y Hazen, 2014), que incluye aportaciones sobre metodologías colaborativas (Eisner, 2025). En nuestro estudio, hemos empleado una combinación de diferentes técnicas (Blommaert y van de Vijve, 2013) desde un enfoque de “baja tecnología” en la recolección de los datos (Hogan et al., 2007), y desarrollamos tres instancias de investigación complementarias: a) conformación de un corpus de interacciones por WhatsApp (Cantamutto y Vela Delfa, 2023), b) elaboración de mediagramas (Blommaert, Brandehof y Nemcova, 2018; Venega et al., 2023; Vold Lexander y Androutsopoulos, 2019), y c) realización de entrevistas (Eisner, 2022). En esta línea, esta presentación ofrece orientaciones metodológicas en torno a las distintas opciones para recolectar datos de interacciones digitales que se producen en una gran variedad de plataformas y artefactos digitales. Especialmente, con la combinación de técnicas empleadas, evidenciamos que las prácticas comunicativas digitales pueden ser comprendidas y abordadas de diversas maneras ya que no están aisladas de otros entornos de comunicación. En nuestro caso, la comunicación escolar sucedió en el marco de una complejidad de repertorios de medios (Medianou y Miller, 2012) y procesos en los que se vieron involucradas las tecnologías ante la falta de copresencia y en el regreso a la presencialidad.

Palabras clave: discurso digital, sociolingüística digital, etnografía digital, interacción escolar, metodología de investigación

Memes y TikTok como aulas literarias: viralidad, humor y aprendizaje digital

Blanca Estela Ruiz Zaragoza

Universidad de Guadalajara

Resumen

La enseñanza de la literatura enfrenta hoy un desafío central: conectar con estudiantes inmersos en ecosistemas digitales hiperconectados. Esta ponencia explora cómo los memes y videos de TikTok pueden funcionar como herramientas de mediación pedagógica, combinando análisis del discurso digital con sensibilidad etnográfica. No se trata solo de estudiar imágenes, textos o humor; se analizan también las prácticas de consumo, producción y circulación de contenidos literarios en redes sociales.

Se presentan resultados de un proyecto en aulas universitarias de Letras Hispánicas donde se implementaron retos creativos en TikTok y colecciones de memes literarios. Los hallazgos muestran que estas prácticas facilitan la apropiación de conceptos literarios, promueven la reflexión crítica y generan comunidades de aprendizaje digital, integrando estéticas virales con referencias literarias. El humor, la ironía y la brevedad de los memes facilitan la memorización y reinterpretación de obras clásicas y contemporáneas.

La investigación combina análisis semiótico de memes y videos, entrevistas etnográficas a estudiantes y seguimiento de métricas de interacción digital. Se discute cómo los discursos virales pueden transformar la alfabetización literaria y la enseñanza en la era digital, así como los retos éticos y metodológicos de investigar en redes sociales, incluyendo privacidad, autoría y circulación de contenidos.

Esta ponencia propone una mirada innovadora sobre la intersección entre educación literaria y ciberculturas digitales, demostrando que los entornos participativos de internet no solo difunden contenidos, sino que se convierten en auténticos espacios de aprendizaje crítico y creativo.

Palabras clave: memes literarios, TikTok educativo, etnografía digital, análisis del discurso, alfabetización literaria

¿Qué significa “privacidad” en WhatsApp? Discurso, control e infraestructura

Agnese Sampietro

Universitat Jaume I

Resumen

Esta investigación examina cómo se construye la privacidad en la comunicación corporativa de WhatsApp, centrándose en la retórica de la privacidad de la plataforma y en sus implicaciones éticas. En lugar de considerar la privacidad como una noción unitaria, este trabajo propone distinguir entre privacidad como discurso y privacidad como infraestructura.

El corpus analizado está compuesto por la página web y las entradas publicados en el blog corporativo de WhatsApp entre 2009 y 2023. En el plano metodológico, se combinan el análisis temático y el análisis crítico multimodal del discurso (Machin y Mayr, 2012) para examinar cómo se presenta discursivamente la privacidad y cómo esta se articula a través de sus funcionalidades y configuraciones.

El análisis identifica tres patrones recurrentes. Primero, la privacidad se moraliza mediante narrativas de cuidado, protección y comunicación interpersonal segura, especialmente a través de la comparación reiterada entre la mensajería cifrada y la conversación cara a cara. Segundo, la privacidad se individualiza mediante un discurso de control del usuario (mensajes temporales, ajustes de privacidad y otras funciones de protección). Por último, la privacidad se reconfigura a nivel estructural a medida que la plataforma se expande hacia la comunicación con empresas, las herramientas de difusión y otras formas de visibilidad.

Los resultados muestran que el discurso corporativo presenta la privacidad como un valor moral y afectivo asociado con el control del usuario. En cambio, en cuanto a infraestructura, la privacidad opera mediante disposiciones técnicas, configuraciones por defecto de la interfaz y formas de integración en la plataforma que resultan solo parcialmente visibles para los usuarios.

Se concluye que la privacidad no constituye una propiedad única de la plataforma, sino un concepto distribuido entre distintos niveles, lo que plantea implicaciones relevantes para el estudio del discurso digital y para la comprensión crítica de las plataformas.

Palabras clave: WhatsApp, privacidad, discurso corporativo, análisis crítico del discurso, plataformas

DIGIMEDCOM: nuevos horizontes para el análisis del discurso digital en salud femenina

M.^a Isabel Santamaría Pérez

Ovidia Martínez Sánchez

Universidad de Alicante

Resumen

Esta comunicación presenta DIGIMEDCOM, un macrocorpus especializado desarrollado en el marco del proyecto Neotermed4All. Terminología y comunicación biomédica para la inclusión y digitalización en salud femenina (CIAICO/2024/81), concebido para el análisis del discurso médico-sanitario sobre salud femenina en distintos niveles de especialización, géneros discursivos y entornos de circulación digital. A diferencia de las aproximaciones centradas en conjuntos textuales homogéneos, DIGIMEDCOM articula diversos conjuntos que permiten estudiar la variación terminológica y discursiva en ámbitos especialmente significativos, como la reproducción asistida y la medicina estética.

La propuesta se centra en la recopilación del macrocorpus y en su potencial metodológico para el estudio del discurso digital. En su estado actual, DIGIMEDCOM integra un corpus compuesto por dos subcorpus de textos divulgativos y especializados sobre reproducción asistida, descritos en trabajos previos, a los que se suman dos corpus sobre medicina estética: uno constituido por textos procedentes de clínicas y otro por publicaciones en redes sociales. Esta estructura permite analizar la circulación del conocimiento biomédico entre géneros institucionales, promocionales, divulgativos e interactivos, así como observar los procesos de reformulación, especialización y adaptación discursiva en función del emisor, el canal y el destinatario.

En primer lugar, la comunicación abordará los criterios de compilación, digitalización y clasificación del macrocorpus. En segundo lugar, examinará su organización en función del grado de especialización, del género textual y del contexto comunicativo. Por último, se expondrán las posibilidades de etiquetado y anotación del recurso desde las perspectivas médico-semántica y de género. En conjunto, se argumentará que DIGIMEDCOM es una herramienta estratégica para estudiar el discurso digital sobre salud femenina y para avanzar en el análisis de fenómenos como la divulgación biomédica, la comunicación médico-paciente, los sesgos de género y la mediación lingüística en contextos tecno-discursivos.

Palabras clave: discurso digital, salud femenina, corpus multigénero, comunicación médico-sanitaria

Videoconferencia y participación en L2: efectos del entorno digital en la interacción en conversaciones exolingües

Izabella dos Santos Santiago

Universidad de Valladolid

Resumen

Esta investigación examina cómo la videoconferencia configura la organización de la interacción exolingüe (en la que uno de los hablantes no es nativo de la lengua utilizada), a partir del análisis de conversaciones en español en entorno digital. En concreto, se plantea la siguiente pregunta de investigación: ¿de qué manera las condiciones tecnológicas de la videoconferencia influyen en las prácticas conversacionales y en la participación de los interlocutores? El corpus está compuesto por interacciones de 22 participantes (11 estudiantes brasileños del grado en español y 11 españoles, estudiantes y egresados de máster en enseñanza de español), y se triangula con datos de cuestionarios sobre la percepción de los participantes. El análisis se inscribe en el marco del análisis conversacional de base pragmática. Los resultados preliminares muestran, por un lado, un incremento en la participación de los hablantes no nativos, asociado a una menor ansiedad comunicativa en el entorno digital. Por otro, se observa una mayor prominencia de recursos no verbales visibles (como la sonrisa y los movimientos de cabeza), que desempeñan funciones clave en la gestión de turnos y la alineación interactiva.

Palabras clave: videoconferencia, conversación exolingüe, análisis de la conversación

¿Fraude electoral?: representaciones discursivas de los actores sociales en medios digitales peruanos sobre las Elecciones Generales del 2026 en Perú

Sonia Saravia

Alexis Misari Rojas

Universidad Nacional Mayor de San Marcos

Resumen

En abril del 2026, se llevaron a cabo las Elecciones Generales en el Perú, lo que desencadenó un panorama conflictivo marcado por denuncias y acusaciones de un supuesto fraude electoral. En este contexto, diversos medios de comunicación digitales manifiestan posturas divididas al intentar identificar a los responsables de esta situación crítica en la política peruana. Por lo tanto, en el presente estudio, se busca analizar las representaciones de los actores sociales en los discursos de medios de comunicación periodísticos digitales peruanos —tanto escritos como audiovisuales— sobre las Elecciones Generales del 2026, con el fin de identificar los mecanismos lingüísticos mediante los cuales se incluye, excluye y se atribuye a los sujetos la responsabilidad del supuesto fraude electoral. Metodológicamente, se recurre al modelo de representación de actores sociales de van Leeuwen (2008, 2014). Además, la muestra está conformada por (i) notas periodísticas presentadas en los diarios digitales peruanos La República, El Comercio y El Búho; y (ii) tres canales peruanos de YouTube orientados a la opinión política: Jaime Bayly, Hildebrandt en sus Trece y Pável - Yachay Wasy. Se concluye que las representaciones de los actores sociales se articulan principalmente a través de procesos de activación y pasivación, así como de personalización e impersonalización, lo que permite, por un lado, atribuir responsabilidad a determinados actores (como autoridades, candidatos y votantes) y, por otro, hay posturas que sostienen que no hubo fraude.

Palabras clave: fraude electoral, actores sociales, medios digitales, Elecciones Generales 2026, Perú

Agresividad en X hacia hombres con responsabilidad política: descortesía y valoración negativa

M.^a Milagros del Saz Rubio

Universitat Politècnica de València

Resumen

En un contexto de creciente agresividad verbal en redes sociales, este estudio como se desacredita a hombres políticos con proyección y visibilidad en la red X (antes Twitter) mediante la combinación de estrategias de descortesía y valoración negativa. Aunque investigaciones anteriores han puesto el foco en la violencia verbal ejercida contra mujeres políticas —revelando cómo los discursos sexistas y la transgresión de roles tradicionales de género se materializan en forma de ataques digitales (Bou y Conejos, 2014; Del-Saz Rubio, 2025; Espósito y Zollo, 2021; Krook, 2020)—, este trabajo pretende identificar los patrones temáticos y lingüísticos de agresión hacia hombres en espacios igualmente expuestos, como el ámbito de la política tanto en España como en Estados Unidos. En particular, analizaremos las respuestas dirigidas a políticos españoles y americanos con presencia en X, como Pedro Sánchez y Donald Trump, así como a otros miembros de su respectivo ejecutivo. El objetivo es identificar los temas más recurrentes y las estrategias de codificación de la negatividad y la agresividad que reciben y evaluar si es posible extraer patrones interpretativos similares a los documentados en contextos femeninos. La metodología empleada es mixta: se combina el análisis cualitativo apoyado en el marco de la teoría de la valoración y la descortesía (Culpeper, 2011; Del-Saz Rubio, 2023; Martin y White, 2005) junto a un análisis cuantitativo asistido por herramientas de corpus (Corpus Sense). Los resultados nos indican, de forma tentativa, que los políticos españoles reciben agresión mediante insultos directos y la asociación de estos con aspectos negativos mediante críticas, acusaciones, etc. Los resultados son similares en el caso de los políticos americanos, aunque se observan porcentajes más altos en el uso de estrategias de sarcasmo e implicatura. Por otro lado, los resultados indican que la articulación de la agresión se realiza a partir de dos ejes: la moralidad (legitimidad) y la competencia (capacidad). No se observa cuestionamiento de la vida personal, pero sí del liderazgo eficaz y ético. En conclusión, los resultados de este estudio indican que la agresividad y la negatividad dirigidas a hombres con responsabilidad política en X se centran en cuestionar su moralidad y su competencia, y no tanto en aspectos de su vida personal. Estos hallazgos sugieren que la agresión digital contra figuras políticas masculinas sigue patrones evaluativos distintos, aunque igualmente recurrentes, lo que pone de relieve la importancia de incorporar el género como una variable comparativa clave en el análisis de la descortesía y del discurso político en X.

Palabras clave: agresión digital, descortesía, Twitter/X, políticos españoles y americanos

¿Es pertinente una perspectiva diacrónica en el estudio del discurso digital? Una aproximación a la puntuación en Twitter/X

Paloma Serrano García

Universidad Complutense de Madrid

Resumen

El discurso en entornos digitales ha sido objeto de numerosos estudios en las últimas décadas. En estos trabajos se destaca, precisamente, el dinamismo de este tipo de textos y su rápida evolución. En esta comunicación proponemos introducir una perspectiva diacrónica al análisis del discurso digital que permita sistematizar de forma contrastiva los cambios que se han producido y explorar sus causas. En esta primera aproximación nos centramos en la evolución del uso de los signos de puntuación en la red social Twitter/X.

Se ha señalado que en los textos digitales existe una tendencia hacia usos no normativos de la ortografía relacionados con la economía, el contexto coloquial, la intención lúdica y la construcción de identidad (Giammatteo 2025). En el caso de los signos de puntuación, se han descrito fenómenos como la reducción del punto y la coma, la omisión de los signos de apertura de interrogación y exclamación, el uso expresivo de la repetición de signos o la sustitución parcial por emoticonos (Figueras 2014, Herring 2019, Mancera 2016, Ridao 2022, Serrano 2019, Yus 2010: 198).

Los trabajos mencionados se centran en cortes temporales sincrónicos que no reflejan el cambio a lo largo del tiempo. Para observar la variación diacrónica, proponemos un análisis empírico contrastivo de mensajes publicados por varias cuentas de personajes públicos en Twitter/X en dos cortes temporales: entre 2008 y 2012, periodo inicial de la plataforma, y entre 2022 y 2026, momento actual. Se tendrán en cuenta diferentes variables, como la evolución tecnológica, la evolución de las plataformas, la alfabetización digital, el papel en la esfera pública, la incorporación de recursos multimodales, etc. Se espera que los resultados evidencien una tendencia hacia la estabilización de la puntuación en los textos digitales, un desplazamiento de ciertos usos expresivos hacia nuevos recursos semióticos y, en definitiva, que confirmen la necesidad de continuar el enfoque diacrónico.

Palabras clave: signos de puntuación, discurso digital, variación diacrónica, redes sociales, Twitter/X

La extimidad como recurso retórico en la construcción del ethos en LinkedIn: un análisis de la sección “acerca de” de profesionales brasileños y españoles

José Edson da Silva

Universidad de Valladolid

Resumen

Las redes sociales digitales no solo han reconfigurado las formas de interacción, sino también la construcción de la identidad en línea, que se ha convertido en una práctica discursiva estratégica para la proyección del ethos, especialmente en las orientadas al ámbito laboral, como LinkedIn. Esta identidad, afectada por las affordances de la plataforma y por la necesidad de validación social, recurre a la exteriorización de lo privado como recurso retórico. En este sentido, esta comunicación tiene como propósito analizar cómo la extimidad se materializa en perfiles de profesionales brasileños y españoles en dicha plataforma para entender cómo ello influye en la configuración del ethos profesional, dado que LinkedIn es un ambiente condicionado por normas sociocomunicativas y recursos tecnodiscursivos que privilegian lo éxtimo. Para ello, nos apoyamos en los estudios sobre discurso digital (Yus, 2010, 2020; Cantamutto y Vela Delfa, 2016; Paveau, 2022; Placencia y Parini, 2024), que nos ayudan a comprender las dinámicas de lo digital que inciden en este tipo de plataforma; y en los estudios sobre ethos y extimidad (Ducrot, 1984; Tisseron, 2011), que nos permiten entender la autorrepresentación como una estrategia persuasiva orientada, entre otros aspectos, a la obtención de capital social. Metodológicamente, se trata de un estudio cualitativo de carácter descriptivo-interpretativo. El corpus analizado reúne 30 textos escritos, públicos y seudonimizados, extraídos de la sección “Acerca de” de perfiles de profesionales brasileños y 30 de españoles. Esta sección es un espacio discursivo preconfigurado y nativo de la plataforma, en el que se favorecen las prácticas de extimidad. Los análisis indican que la extimidad opera como un dispositivo de validación y de aproximación relacional. En ambos grupos, de brasileños y de españoles, se observa un uso recurrente de recursos deícticos personales en la construcción discursiva, mediante los cuales se refuerza y/o se destaca la información presentada en otras secciones del perfil. Las diferencias residen, en concreto, en la elección de los recursos lingüísticos, condicionada sobre todo por la finalidad del perfil o por el nicho profesional.

Palabras clave: extimidad, ethos profesional, retórica, autorrepresentación, LinkedIn

Los consejos de viaje transmitidos a través de la plataforma Reddit

Simona-Luiza Țigriș

Universidad de Bucarest

Resumen

La meta de este trabajo es analizar cómo se realizan los consejos de viaje en la plataforma Reddit. ¿Cuáles son las estrategias lingüísticas que se usan? ¿Los consejos se realizan de manera atenuada o intensificada? Según Searle (1976), el consejo es un acto de habla directivo. Brown y Levinson (1987) mencionan que el consejo amenaza la imagen negativa del interlocutor, mientras que Haverkate (1994) especifica que es un exhortativo no impositivo, ya que se realiza en beneficio del interlocutor. El consejo puede ir acompañado por estrategias discursivas, tales como la evaluación y la elaboración (Locher, 2006), la expresión de empatía (Pudlinski, 2005), pero también la mención de experiencias compartidas, experiencias propias o resultados positivos (Eisenchlas, 2020). En el análisis de los consejos se han tomado en consideración las categorías de estrategias lingüísticas identificadas por Eisenchlas (2020). Dichas categorías se basan en una clasificación anterior realizada por Martínez Flor (2005). Los consejos se pueden transmitir de manera directa (por ejemplo, las directivas realizadas mediante el uso del imperativo), de manera convencionalizada (a través de formulaciones específicas) o de manera indirecta (por ejemplo, las declaraciones generales). En cuanto a los procesos de atenuación y de intensificación, se ha recurrido a los recursos señalados por Briz (2018) en el español coloquial. El análisis se centra en los consejos proporcionados en el marco de 15 hilos creados por usuarios que solicitan consejos de viaje. Los hilos contienen las palabras “viaje” y la denominación de una ciudad, un país o un continente. Los datos obtenidos han sido anonimizados. Abundan los consejos directos realizados a través de directivas, pero también se notan consejos convencionalizados realizados a través de expresiones condicionales. Los consejos indirectos aparecen en menor medida. Destacan también atenuantes como “consejillo” o el uso del condicional e intensificadores como “honestamente”, “la verdad” y la metáfora “consejo de oro”. Los agradecimientos de los usuarios contribuyen a una comunicación fluida que señala confianza.

Palabras clave: pragmática, consejos, estrategias, viajes, Reddit

Visibilidad y reconocimiento del español en dos videos de TikTok: La campaña de Zohran Mandani para la alcaldía de Nueva York en 2025

Luis Torres-Vásquez

Rodrigo Arellano

Universidad Peruana de Ciencias
Aplicadas

Universidad de La Frontera

Resumen

En los últimos años, los políticos han recurrido a las redes sociales para difundir sus programas políticos con la esperanza de llegar a un público mucho más amplio y, al hacerlo, han aprovechado las posibilidades que ofrece este tipo de comunicación digital y multimodal, como los videos de TikTok. Este estudio explora las ideologías lingüísticas relacionadas con el español, transmitidas de forma multimodal, en los videos de TikTok de Zohran Mandani durante su campaña para convertirse en alcalde de la ciudad de Nueva York. Para ello, se emplea un enfoque desde el Análisis Crítico del Discurso Multimodal (ACDM) para analizar lo que se dice y lo que se muestra en dos videos de Zohran Mandani, en relación con el español, así como las reacciones y respuestas de la audiencia en sus secciones de comentarios. Los resultados sugieren que Zohran Mandani, en su calidad de candidato político, construyó una imagen digital de políglota que pretende servir a una ciudad multicultural y plurilingüe y que, a través de los videos analizados, se dirigió, en su propio idioma, a una comunidad lingüística marginada y estigmatizada. Desde una perspectiva sociolingüística, los videos analizados ejemplifican una campaña política exitosa que visualizó a los hablantes de español, en particular del español norteamericano, que viven en la ciudad de Nueva York (NYC), sus dificultades económicas (p. ej., alquileres altos), sociales (p. ej., delincuencia) e incluso lingüísticas (p. ej., pronunciación incorrecta de nombres); y su cultura. Al reconocer su presencia en NYC, la campaña de Mandani fomentó una conversación digital a través de la sección de comentarios para lograr visibilidad y reconocimiento del idioma español y de sus hablantes en los EE. UU., en un momento en que el inglés ha sido designado, por decreto del presidente de los Estados Unidos, como el idioma “oficial” de este país.

Palabras clave: español, análisis crítico del discurso multimodal, visibilidad, ideologías lingüísticas

Algoritmo, música andina y resistencia cultural

Rubén Villasante

Universidad Nacional Mayor de San Marcos

Resumen

La música en el mundo andino es un operador organizacional y epistemológico. Organiza el trabajo agropecuario, el tiempo ritual y la memoria genealógica y tiene la capacidad de producir conocimientos a partir de la expresión sonora del territorio, de los ciclos vitales y cósmicos y de la relación con los ancestros. La relación con el algoritmo virtual es tensa: hay resistencia a la homogenización, pero también hoy es una potente herramienta para la vinculación frente a la fragmentación colonial padecida.

Audios y vídeos de música andina van propagándose en las redes digitales conteniendo una serie de metadatos (chacras, cerros, ríos; apus, wakas, apachetas; festividades, eventos, rituales; instrumentos de viento, cuerda y percusión; músicos, parientes, ancestros; etc.). La música actúa como factor contextualizador y de integración. Con la música van expresando un sentimiento común. El algoritmo contribuye a que se vayan reconociendo como parte de aquella “nación acorralada” (José María Arquedas), pero actuando “con disimulo”, como un movimiento soterrado, que ocurre bajo tierra, como se expresó en un relato mítico del siglo XVI: Inkarrí: “el cuerpo despedazado del inka, fue enterrado en pedacitos por todo los andes, pero bajo tierra se está juntando”.

Amawaqaychu (no llores) es un marcador semántico de resistencia cultural, se expresa en un contexto musical frente a la dureza e injusticias de la vida. No es un consuelo pasivo, reconoce el sufrimiento, lo hace suyo, reflexiona, lo conecta con la memoria ancestral e insta a la acción con la convicción que el ciclo funesto acabará. Amawaqaychu es un imperativo de reciprocidad emocional y una declaración de resistencia cultural colectiva.

Entonces, amawaqaychu es un mandato que, en lugar de negar el dolor, lo reconoce para trascenderla mediante la acción colectiva y la esperanza de Inkarrí: “cuando todo el cuerpo del inka se haya juntado bajo tierra, la cabeza del inka retornará de España”.

Palabras clave: algoritmo, amawaqaychu, inkarrí, música andina, resistencia cultural

Utilidad de las apps para organizar viajes: Mucho más que información relevante

Francisco Yus

Universidad de Alicante

Resumen

Con el uso cada vez más ubicuo de los móviles inteligentes en la vida cotidiana de millones de personas, las apps para organizar viajes se han convertido en recursos útiles para gestionar y documentar los viajes. Por supuesto, estas apps contienen información verbal, visual o multimodal supuestamente relevante para el disfrute de estos viajes. En efecto, esta información ha de combinarse de forma efectiva con las expectativas de satisfacción que poseen los usuarios de esas apps.

Sin embargo, centrar la relevancia (y la eventual validez) de este tipo de app solo en la información que ofrece en forma de discursos digitales sería una aproximación muy limitada, ya que otros factores esenciales intervienen también. En esta ponencia, y desarrollando una idea propuesta en Yus (2014), se analizarán cinco apps para preparar viajes: myLike, Stippl, Triplt, TrueTrip y Wanderlog. Tres áreas de análisis serán llevadas a cabo: (a) la relevancia objetiva información verbal, visual y multimodal que contienen y posibles estrategias discursivas subyacentes; (b) la usabilidad del diseño de estas apps, ya que su diseño puede incidir negativamente en el grado de satisfacción resultante; y (c) qué efectos no proposicionales se añaden a la información objetiva de las apps para generar satisfacción en los usuarios. un área que resulta de especial importancia en la actualidad, donde los sentimientos y las emociones sustentan a menudo la actividad en línea (Parini y Yus, en preparación). Para (a-c) se tendrán en cuenta también las reseñas de los usuarios sobre el uso de estas apps.

Palabras clave: apps de viajes, ciberpragmática, efectos no proposicionales, usabilidad, relevancia

Secciones temáticas

La argumentación en el discurso digital: análisis y aproximaciones metodológicas

Irene Martín del
Barrio (coord.)

Universidad de Sevilla

José García Pérez
(coord.)

Universidad de Córdoba

Catalina Fuentes
Rodríguez (coord.)

Universidad de Sevilla

Esta propuesta de sesión monográfica está orientada a profundizar en la manifestación de la argumentación lingüística dentro del contexto del discurso digital. Enmarcada en el Proyecto de Investigación “Argumentación y populismo: estrategias y mecanismos discursivos” (PID2024-156627NB-I00), busca reunir a aquellos investigadores que estén realizando sus estudios sobre cómo se gestiona discursivamente la actividad argumentativa (Anscombe-Ducrot 1988, Fuentes Rodríguez-Alcaide Lara 2002, Van Eemeren 2018), entendida de forma amplia, en este entorno comunicativo.

Las redes sociales no son solo una forma de comunicación cuyos condicionantes (Herring 2007, Cantamutto y Vela Delfa 2016) determinan las selecciones paradigmáticas y sintagmáticas que realizamos los hablantes en la interacción en estos medios (Placencia-Parini 2025), sino que, al mismo tiempo, constituyen espacios donde se expone y se negocia la opinión pública (Mancera Rueda-Pano Alamán 2020), con el consiguiente despliegue de estrategias y mecanismos discursivos que ello conlleva.

Por todo lo anterior, esta sesión pretende poner en diálogo a investigadores que ahonden en el análisis de los procedimientos argumentativos utilizados en diversos ámbitos, como el político, el publicitario, la creación de contenido, la desinformación, los discursos de odio, comunidades como la manosphere, etc., y en cómo las herramientas propias de cada red social se rentabilizan para la consecución de los fines que persigue cada hablante o comunidad de hablantes.

Con ello se persigue, por un lado, constatar cómo se lleva a cabo la praxis argumentativa en la actualidad de las sociedades occidentales y cuáles son los cambios y dinámicas que persisten. Igualmente, cómo la argumentación contribuye a la gestión de la identidad. Por otra parte, queremos poner en común distintos modelos de análisis argumentativo o discursivo, con el fin de que se produzca intercambio y retroalimentación entre las propuestas existentes. Por último, buscamos contribuir al avance en el conocimiento de las particularidades de la conducta discursiva en la comunicación digital actual.

La ironía como arma discursiva en el populismo digital: análisis pragmalingüístico

Ester Brenes Peña

Universidad de Córdoba

Resumen

Lejos de limitarse a funcionar como una simple inversión semántica (Reyes, 1990, 1992), la ironía ha sido definida como una mención ecoica gracias a la cual el hablante recoge un enunciado cuya responsabilidad se atribuye a otro interlocutor para manifestar una actitud de rechazo ante él (Sperber y Wilson, 1978), o como un recurso de naturaleza polifónica mediante el cual el locutor presenta la enunciación como producto del punto de vista absurdo de un enunciador con el que no se siente identificado (Ducrot 1986). Desde esta perspectiva, se ha demostrado que la ironía puede emplearse en el discurso al servicio de distintos fines argumentativos y/o relacionados con la gestión de la imagen social (Fernández García 2001, Alvarado Ortega 2005, Ruiz Gurillo 2009). En esta ocasión, nos interesamos por su empleo en un tipo de discurso no abordado hasta el momento: el populista. En concreto, analizaremos el funcionamiento discursivo de la ironía verbal en los mensajes publicados en la red social X por parte de representantes políticos de distintas opciones ideológicas que coinciden en defender propuestas claramente populistas (Alvise Pérez, Santiago Abascal, Yolanda Díaz, Irene Montero).

Las conclusiones obtenidas constatan la rentabilidad de la ironía como mecanismo para el contraataque de las opciones políticas contrarias, desacreditando la imagen grupal de un partido político o la imagen individual de uno de sus representantes, como estrategia orientada a orientar la opinión y ganarse el favor de los futuros votantes, y como mecanismo utilizado al servicio de la creación del ethos del líder populista.

Palabras clave: populismo, argumentación, discurso digital, imagen social

La polifonía multimodal como recurso argumentativo en perfiles Instagram de médicos y asociaciones de pacientes

Maria Vittoria Calvi

Università degli Studi di Milano

Resumen

Esta intervención se propone analizar las diferentes formas de visibilización multimodal de la voz del paciente en algunos ejemplos de reels informativos de ámbito médico en Instagram, extraídos de un más amplio corpus (proyecto DISBIOCOM Biomedical discourse and communication in multicultural societies). Los reels están repartidos en dos grupos principales: los producidos por médicos, con finalidades divulgativas, y los creados por asociaciones de pacientes.

Partimos del concepto de polifonía multimodal para referirnos a la interacción entre múltiples voces, puntos de vista o posiciones discursivas, que se realiza mediante la combinación entre lenguaje verbal y distintos modos semióticos (tipografía, imagen, sonido, gestos y movimientos del cuerpo, etc.), y que alcanza la máxima variabilidad en el caso de la imagen en movimiento (Duque 2020; Valeiras-Jurado y Ruiz-Madrid 2023; Placencia y Parini 2025). Se tomarán en consideración los diferentes modos verbales y semióticos de realización de la voz ajena, encaminados a potenciar la fuerza argumentativa del mensaje.

El análisis pone en evidencia cómo la elección de los recursos multimodales está al servicio de los fines que persiguen los distintos colectivos, en el marco del debate público sobre la salud (Bañón Hernández 2018). En el caso de los profesionales, la polifonía se gestiona desde la figura central del especialista, que protagoniza la publicación con su presencia física y su voz. La incorporación de la voz del paciente o de otras voces está subordinada a los fines argumentativos del profesional, que promueve la afiliación de sus seguidores (Mapelli 2024).

Las publicaciones de las asociaciones de pacientes, en cambio, incluyen diferentes voces de forma sistemática, con el objetivo de construir una identidad colectiva, legitimar o contribuir a paliar la estigmatización social de determinadas patologías. En este caso, las estrategias multimodales permiten visibilizar la voz y la figura del paciente como individuo responsable y activo, que mantiene su autonomía dentro de una determinada comunidad.

Palabras clave: polifonía multimodal, discurso biomédico, salud, Instagram, argumentación

Los tramos de discurso relacionados por *c'est-à-dire* en la divulgación científica digital: ensayo de descripción con la Teoría de los Bloques Semánticos

Pedro del Campo Velasco

Universidad de La Laguna

Resumen

La comunicación parte de la caracterización que la bibliografía ha dado a la reformulación y de la dicotomía entre lo parafrástico y lo no parafrástico, con atención a las cuestiones que permanecen en debate. Sobre esa base, propone describir los tramos de discurso relacionados por *c'est-à-dire* con los instrumentos de la Teoría de los Bloques Semánticos en su estado actual, y ensaya esa descripción sobre dos casos procedentes de la bibliografía, situados en los extremos del espectro reconocido: un empleo de alta proximidad semántica entre los dos tramos y un empleo correctivo. Se expone asimismo la constitución de un corpus de 120 ocurrencias procedentes de 60 textos digitales de divulgación científica en francés, publicados entre 2025 y 2026 en *CNRS Le Journal*, *The Conversation France* e *Interstices*, cuyo análisis se encuentra en curso, y se formulan las hipótesis que orientan ese trabajo.

Palabras clave: discurso digital, argumentación lingüística, reformulación parafrástica, “*c'est-à-dire*”, divulgación científica

Ética, moral y discurso digital: análisis de comentarios en Youtube sobre la incapacidad moral permanente en el Perú (2020-2024)

Luis Francisco Estrada Pérez

Universidad Nacional Federico Villarreal

Yoselin Quispe Mendivil

Universidad Nacional Mayor de San Marcos

Resumen

Franklin Ibañez, en su libro *El (ab)uso de la ética* (2024), analiza el uso de los términos moral y ética en los discursos políticos vinculados a las mociones de vacancia por incapacidad moral permanente en el Perú durante el período 2020-2024. El autor distingue tres dimensiones de la capacidad moral —cognitiva, volitiva y empática— y evalúa su aplicación en el discurso político. Su conclusión señala que dichos conceptos son utilizados de manera instrumental y ambigua, lo que permite su manipulación con fines políticos. Precisamente, la presente investigación se enfoca en realizar un análisis del discurso digital a partir de las categorías propuestas por Garcés-Conejos y Bou-Franch (2019), Cantamutto (2021) y Navarro-Guinea (2025) sobre los comentarios de los usuarios de la plataforma Youtube de los videos relacionados que tuvieron mayor alcance y en donde se expusieron debates en torno a la incapacidad moral permanente. Para el abordaje conceptual de los términos ética y moral, se consideran los planteamientos de Polo (2016), Cortina y Martinez (2001), Mackie (2009) e Ibañez (2024). El objetivo de la investigación es analizar si la confusión conceptual entre ética y moral, identificada por Ibañez en el discurso político, también se reproduce en los discursos digitales de los usuarios en la plataforma YouTube. Se concluye que los discursos digitales no solo reproducen la ambigüedad conceptual presente en el discurso político, sino que además la amplifican y reconfiguran en función de dinámicas propias de la interacción en redes sociales.

Palabras clave: ética, moral, incapacidad moral, análisis del discurso digital, Youtube

La construcción de “la verdad” en X/Twitter: evidencialidad y discurso populista

Sara Fernández Gómiz

Universidad Rey Juan Carlos

Resumen

Este trabajo analiza la evidencialidad lingüística como estrategia discursiva para la manipulación en el discurso político populista difundido a través de la red social X (antes Twitter). Desde una perspectiva pragmática, se examinan los mecanismos evidenciales empleados por dos líderes políticos españoles situados en polos ideológicos opuestos —Santiago Abascal (VOX) e Irene Montero (Podemos)— con el fin de observar cómo estos recursos contribuyen a la legitimación del propio posicionamiento y a la deslegitimación del adversario en un contexto de alta polarización política (Wodak 2015).

El estudio adopta una concepción amplia de la evidencialidad, integrada dentro del dominio de la epistemicidad (Chafe 1986; Briz 2016), entendida como una estrategia mediante la cual el hablante gestiona su grado de compromiso con la veracidad de lo dicho. Dado que el español carece de un dominio gramatical autónomo para expresar la evidencialidad (Aikhenvald 2004), nuestro análisis se centra en recursos léxicos, gramaticales y discursivos que activan inferencias sobre la fuente de información y sus efectos epistémicos.

La metodología se basa en un análisis cualitativo de “posts” publicados directamente por ambos líderes en X. Los resultados muestran una presencia casi exclusiva de evidenciales indirectos, especialmente reportativos e inferenciales (Willett 1988). Entre ellos, el evidencial “según” se revela como un recurso productivo y polifuncional, ya que puede funcionar tanto como mecanismo de atenuación pragmática, para distanciarse de informaciones atribuidas a terceros; como mecanismo intensificador, cuando el hablante se adhiere explícitamente a la información reportada (Albelda 2018). Patrones similares se observan en el uso del verbo de lengua “dicen” y de partículas discursivas como “por lo visto” o “supuestamente” (RAE y ASALE 2025 [2009]).

El estudio concluye que la evidencialidad constituye una estrategia discursiva clave del populismo digital, orientada a la manipulación mediante un juego de adhesión y distanciamiento epistémico, independiente del espectro ideológico del líder.

Palabras clave: evidencialidad, discurso populista, redes sociales, pragmática, manipulación

Estrategias argumentativas en el discurso de Abascal en TikTok

Rafael Fernández Reguera

Universidad de Sevilla

Elena Vázquez Salazar

Universidad de Sevilla

Resumen

TikTok, plataforma de vídeos lanzada en 2016, se ha consolidado en los últimos años, una de las redes sociales preferidas por el público joven (Sánchez Castillo, 2021). Este entorno virtual aglutina discursos políticos de diversa naturaleza, lo que pone de manifiesto que el público joven demanda a los diferentes actores políticos la elaboración de propuestas narrativas específicas en el marco de una sociedad fuertemente digitalizada y mediatizada (López Delacruz y Martínez Núñez, 2023). En este sentido, no resulta extraño que numerosos dirigentes políticos hayan incorporado esta red social como una herramienta estratégica más para la captación de votantes y la difusión ideológica. Pese a ello, los estudios pragmático-discursivos centrados en TikTok siguen siendo escasos, lo que justifica la necesidad de profundizar en el análisis de los mecanismos y estrategias discursivas empleados por la clase política en este espacio digital.

El objetivo que nos planteamos con este estudio es el análisis de algunas de las estrategias argumentativas más empleadas por Santiago Abascal en esta red social. Pretendemos, por un lado, detectar dinámicas comunicativas propias de este espacio virtual y, por otro lado, analizar los mecanismos lingüísticos usados para ejecutar determinadas estrategias. Para ello nuestro corpus de trabajo estará conformado, fundamentalmente, por los discursos sobre inmigración publicados por este político.

Metodológicamente, la investigación se sustenta en los presupuestos teóricos expuestos en la Lingüística Pragmática (Fuentes Rodríguez, 2017[2000]), así como en los postulados recogidos en la Teoría de la Argumentación desarrollada por Anscombe y Ducrot (1988), y en sus posteriores revisiones (Alcaide Lara y Fuentes Rodríguez, 2002, 2007).

Por tanto, la propuesta presentada contribuirá al estudio del discurso político digital en una plataforma que, hasta ahora, ha sido poco analizada desde una perspectiva discursiva y, además, a la delimitación, identificación, y caracterización las estrategias argumentativas propias del discurso populista.

Palabras clave: argumentación, populismo, TikTok, estrategias, discurso digital

La configuración del líder político desde los medios de comunicación: el caso de Cadena Ser (España)

José García Pérez

Universidad de Córdoba

Resumen

Como la bibliografía apunta, el populismo en la España del siglo XXI apareció con la crisis económica iniciada en 2008. Actualmente, aunque los dos principales partidos populistas que emergieron en el panorama político español de aquel momento, Podemos y Ciudadanos, han decaído notablemente en la representación política institucional, no ha sido así para todos: es el caso de Vox, partido considerado de extrema derecha y ampliamente delimitado por la bibliografía como populista.

Así, la pervivencia de la retórica populista, acompañada por una creciente espectacularización de la política a consecuencia de la extensión de las redes sociales, ha llevado a algunos investigadores a considerar que el discurso populista está trasladándose a otras realidades de la comunicación política que tradicionalmente no habían utilizado esta posición discursiva.

Por eso, con nuestra contribución buscamos determinar cómo un medio de comunicación, la Cadena Ser, alineada a la izquierda, emite noticias en X (antes Twitter) sobre dos tipos de líderes políticos: el presidente del actual gobierno, Pedro Sánchez Pérez-Castejón, del Partido Socialista Obrero Español (también de la izquierda del espectro político); y un líder de la oposición: Santiago Abascal Conde, líder de Vox.

A partir del modelo de Lingüística pragmática de Catalina Fuentes Rodríguez, buscamos analizar, por un lado, cómo es la configuración del líder político en el periodismo actual, pues el personalismo es una de las características del discurso populista. Y, por otro, estudiar un fenómeno apenas abordado: determinar si los medios de izquierdas muestran diferencias lingüísticas en función del perfil ideológico del que informan.

Palabras clave: populismo, periodismo, redes sociales, líder, pragmática

La transgresión del género informativo en el discurso digital del sector textil sobre sostenibilidad

Míriam González Santolalla

Universidad Rey Juan Carlos

Resumen

La preocupación por el medio ambiente, junto con la promoción de un modelo de desarrollo sostenible en los ámbitos político, social y económico, son cuestiones ya presentes en la Declaración de Estocolmo de 1972 y la Cumbre de la Tierra de 1992. No obstante, es a partir de 2016, tras la adopción oficial de los diecisiete Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), cuando el mundo empresarial incorpora de manera progresiva estas cuestiones, tanto en la concepción y la elaboración de sus productos y servicios como en la forma en que se comunica con sus clientes.

El propósito central de este estudio es examinar cómo se articula el concepto de sostenibilidad en los mensajes difundidos por dos empresas españolas del sector textil en sus páginas web. El análisis de los rasgos formales que definen estos textos pone de manifiesto que nos hallamos ante una posible transgresión del género informativo (Charaudeau, 2004).

Desde el punto de vista metodológico, la investigación se apoya en el estudio de un corpus compuesto por textos extraídos de las páginas web de dos de las principales empresas españolas del sector textil, Inditex y Ecoalf, publicados en 2026. El enfoque adoptado, principalmente descriptivo, combina el análisis cualitativo y cuantitativo y los resultados sugieren que estos discursos promueven tanto valores de carácter transitivo relacionados con la ecología y la naturaleza como especialmente valores centrados en el individuo como el éxito y la comodidad (Domínguez, 1995, ap. Méndiz Noguero, 2005). De este modo, se alejan del objetivo estrictamente informativo que aparentan perseguir.

En última instancia, la verdadera intención comunicativa de estos textos se reconoce en diversos rasgos lingüísticos y discursivos que han servido como parámetros de análisis del corpus: la tipología textual predominante (descriptiva, argumentativa o narrativa), la activación de determinados campos léxicos, la elección de la persona gramatical y el uso estratégico de extranjerismos.

Palabras clave: sostenibilidad, discurso persuasivo, textos de información, análisis de corpus

Argumentación explícita vs. argumentación implícita: un estudio aplicado al discurso populista digital

Marina González Sanz

Universidad de Sevilla

Resumen

El populismo constituye un fenómeno preocupante, que se está extendiendo por varios países, entre los que figura España. Constituye un concepto complejo de delimitar, que se puede entender como estrategia, como ideología, como estilo discursivo y como fenómeno global (Gidron y Bonikowski, 2013). Partimos de la conceptualización de populismo en tanto que estrategia discursiva caracterizada por la presencia de argumentos falaces, al servicio de la labor de imagen del líder, que se emplea como herramienta de dominio y manipulación en el discurso público (Fuentes Rodríguez, 2022).

Una de sus principales vías de difusión, además de los medios de comunicación tradicionales, es el medio digital (Engesser et al., 2017), muy influyente en la forma que los ciudadanos tienen de percibir la realidad, y relativamente aún poco estudiado. A través de esta comunicación, pretendemos analizar la construcción argumentativa de los mensajes que el eurodiputado Alvieste Pérez (líder del partido SALF) propaga entre más de medio millón de suscriptores a través de su cuenta de Telegram.

Empleando como base metodológica la lingüística pragmática (Fuentes Rodríguez 2000), constatamos la presencia de una alta variabilidad en la expresión explícita de los elementos argumentativos, en función de parámetros como el tipo de conclusión: si el texto quiere alcanzar conclusiones aceptables y políticamente correctas, se manifiesta una preferencia por una argumentación explícita; por el contrario, si el hablante pretende conducir a su destinatario a una conclusión radical y extrema, se opta por argumentaciones de naturaleza implícita. El segundo parámetro significativo es la distancia existente entre argumento y conclusión: si la relación entre ambos elementos es cercana, se activa un proceso inferencial sencillo que no necesita formalización lingüística; ante relaciones argumento-conclusión más difíciles de alcanzar, que precisan de procesos inferenciales más complejos, se explicitan en mayor medida los elementos de la argumentación.

Palabras clave: argumentación, discurso digital, populismo, conclusión, argumentos

Cortesía, autenticidad y argumentación implícita en el discurso publicitario de creadores de contenido de la Generación Z en TikTok

Luna van Laethem

Renata Enghels

Marlies Jansegers

Universiteit Gent

Resumen

Esta comunicación analiza cómo los creadores de contenido de la Generación Z en TikTok articulan estrategias de cortesía y de construcción de autenticidad que, en contextos publicitarios, funcionan también como mecanismos de argumentación implícita. Partimos de la hipótesis de que la persuasión comercial en el discurso digital no se manifiesta únicamente mediante argumentos explícitos, sino también a través de recursos interpersonales que favorecen la adhesión del público, mitigan la amenaza de los actos directivos y la intención comercial del discurso y presentan la recomendación como interacción espontánea y cercana (Graham y Hardaker 2017; Barta et al. 2023).

El corpus está compuesto por 60 vídeos de TikTok (entre 1 y 2 minutos) publicados por seis mega creadores de contenido españoles con más de un millón de seguidores, equilibrando contenidos generales y publicitarios. A partir de un análisis principalmente cualitativo, clasificamos los actos de habla según su tipo, orientación al público y valor cortés. Los primeros resultados muestran una escasa presencia de saludos y despedidas explícitos, frente a una marcada abundancia de actos referenciales, preguntas e imperativos orientados a activar la participación de la audiencia y a simular cercanía, complicidad y conversación espontánea. Asimismo, el uso de vocativos afectivos, preguntas atribuidas al público y apelaciones directas contribuye a suavizar la intención comercial y a presentar la recomendación como interacción auténtica más que como promoción.

De este modo, el trabajo muestra cómo la argumentación publicitaria en TikTok puede construirse de forma relacional e indirecta, en la intersección entre persuasión, identidad y autenticidad.

Palabras clave: discurso digital, TikTok, argumentación implícita, cortesía, creadores de contenido

Estrategias argumentativas del discurso político en Twitter (X): el debate sobre la interrupción voluntaria del embarazo (IVE)

Sara Longobardi

Università degli Studi Suor Orsola Benincasa di Napoli

Resumen

Esta comunicación muestra la provechosa combinación del discurso político con la red social Twitter (X), que da lugar a estrategias argumentativas específicas que se adaptan a la limitación de espacio y palabras impuesta por Twitter sin perder eficacia y que se reconfiguran aprovechando las peculiaridades de ese microblogging. En el entorno digital examinado, de hecho, el discurso político guarda algunas de sus características constitutivas, como, por ejemplo, la densidad del ataque al opositor, pero pierde tecnicismos y cultismos para dirigirse a los destinatarios a través de un lenguaje informal y coloquial (Minervini 2021), ganándose, de este modo, la atención y el favor de un público más amplio. La inmediatez, el fácil acceso, el uso gratuito y la sensación de proximidad entre políticos y ciudadanía que genera Twitter (X) otorgan éxito a la comunicación política digital (Mancera Rueda y Pano Alamán 2013). En este contexto, además, la argumentación se beneficia del respaldo de imágenes, vídeos, capturas de pantallas (Padilla Herrda 2015), que completan la información y proporcionan un soporte visual eficaz al destinatario. El objetivo de esta comunicación es examinar, en concreto, qué estrategias argumentativas se revelan más rentables en el debate asíncrono en Twitter entre políticos que defienden posturas ideológicas opuestas a la vez que crean su imagen (Bravo 1999), conscientes de que su discurso mediado por el entorno digital tiene un amplio público de espectadores (Fuentes Rodríguez 2013, Mancera Rueda y Pano Alaman 2014). El corpus de estudio está compuesto por 74 tuits publicados entre octubre de 2025 y enero de 2026 por el presidente del Gobierno español y secretario general del PSOE, Pedro Sánchez Pérez-Castejón, y la presidenta de la Comunidad de Madrid y del PP de la Comunidad de Madrid, Isabel Díaz Ayuso. El criterio de selección del corpus es temático: en los tuits, los políticos debaten sobre la propuesta de constitucionalizar el derecho a la interrupción voluntaria del embarazo (IVE) e intercambian ideas y ataques sobre el tema de la privatización de la sanidad. Se usan los instrumentos metodológicos del Análisis del Discurso desde una perspectiva lingüístico-pragmática (Fuentes Rodríguez 2017[2000]) y se considera la Teoría de la Argumentación en la Lengua (Anscombe y Ducrot 1994, Ducrot 2001) y sus aplicaciones más recientes (Fuentes Rodríguez y Alcaide Lara 2002, 2007; Fuentes Rodríguez 2021; Alcaide Lara, Pérez Béjar y Padilla Herrada 2024).

Palabras clave: argumentación, Twitter (X), discurso político, imagen, IVE

Las relaciones discursivas entre reel y caption en los perfiles médicos de Instagram

Giovanna Mapelli

Università degli Studi di Milano

Resumen

En las redes sociales, entendidas como espacios de negociación de la opinión pública y de despliegue de estrategias discursivas orientadas a la persuasión (Mancera Rueda/Pano Alamán, 2020), los contenidos divulgativos no se limitan a informar, sino que orientan interpretativamente al destinatario mediante diversos mecanismos argumentativos. En este marco, la comunicación médica en Instagram ha consolidado el reel informativo como un género emergente para la difusión de contenidos especializados (Calvi, 2025; Mapelli/Satti en prensa). En este trabajo se analiza la relación de discurso entre el reel y su caption considerándolos como una unidad discursiva multimodal de construcción argumentativa en el entorno digital (Kress 2009).

Desde la perspectiva de la argumentación en la lengua (Anscombe/Ducrot 1994 [1988]; Fuentes Rodríguez/Alcaide Lara 2007), se plantea que reel y caption se distribuyen funciones argumentativas complementarias. A partir de un análisis cualitativo de 50 reels publicados entre 2025 y 2026 en perfiles de ginecólogas españolas y médicas estéticas, se examinarán los diferentes tipos de relaciones discursivas (Eladio Duque 2020) que se establecen entre reel y caption y se analizarán las estrategias discursivas empleadas, con el objetivo de mostrar cómo las herramientas de Instagram condicionan y potencian la organización multimodal de los procedimientos argumentativos.

La relación intersemiótica entre ambos textos pone de manifiesto una distribución estratégica de la argumentación que resulta clave para la eficacia persuasiva. En particular, los resultados muestran que el reel actúa como núcleo argumentativo, en tanto presenta de forma condensada la tesis y moviliza recursos visuales, narrativos y afectivos que favorecen la captación de la atención y la adhesión inicial del destinatario. Por su parte, la caption desempeña funciones de elaboración, justificación y refuerzo, desarrollando movimientos argumentativos que amplían, matizan y legitiman el contenido mediante explicaciones, reformulaciones y apelaciones al saber experto o simplemente funciones como gancho para que la audiencia interactúe.

Palabras clave: comunicación médica, salud femenina, Instagram, multimodalidad, relaciones discursivas

“La diferencia engendra odio”: análisis de la manipulación mediática en el discurso en contra de las personas migrantes

Alicia Mariscal Ríos

Universidad de Cádiz

Resumen

El auge de los periódicos digitales está sirviendo a los medios de ideología ultraconservadora para diseminar bulos sobre ciertos colectivos, como el de los inmigrantes, en forma de discursos que promueven el odio y la discriminación.

Según el Diccionario panhispánico del español jurídico (Real Academia, 2023), el delito de provocación al odio – tipificado en el artículo 510 del Código Penal– es cometido por quienes públicamente fomentan, promueven o incitan (directa o indirectamente) al odio, la hostilidad, la discriminación o la violencia contra un grupo, aunque también puede dirigirse hacia una parte del mismo o una persona específica por su pertenencia a él.

En el caso del discurso antimigratorio, se trata de manipulaciones discursivas en las que se presenta al endogrupo frente al exogrupo de inmigrantes como si fuesen grupos homogéneos (Rodrigo Alsina, 2012), para enfatizar aún más su “otredad” (Baynham, 2013), a través de su categorización, diferenciación y negativización (van Dijk, 1996).

En nuestra investigación, analizaremos, desde la perspectiva de los Estudios Críticos del Discurso (van Dijk, 2016), si, como afirma Rodrigo Alsina (2006: 42), la visibilización que se hace de la inmigración en los medios de comunicación “alimenta la estigmatización social”, apoyada en disfemismos léxicos y/o visuales (Crespo Fernández y Martínez Lirola, 2012).

Para ello, partiremos del análisis multimodal (Kress y Van-Leeuwen, 2001; O’Halloran, 2012; López Paredes et al., 2022) de un corpus de titulares publicados por el periódico digital La Gaceta de la Iberosfera –afín al partido español de extrema derecha VOX–, para describir las imágenes e identificar en sus textos, por medio de Sketch Engine, las palabras más frecuentes y clave, colocaciones y los contextos de uso, así como las técnicas utilizadas por los periodistas para dañar la imagen del inmigrante con la presentación de realidades fragmentadas que favorecen la desinformación y difusión de bulos.

Palabras clave: desinformación, discriminación, discurso antimigratorio, discurso de odio, manipulación mediática

La argumentación populista en el discurso de los youtubers

Irene Martín del Barrio

Universidad de Sevilla

Resumen

En los últimos años, el estudio del discurso populista ha comenzado a captar la atención de los investigadores. Dentro de este ámbito, se ha destacado el papel que las redes sociales pueden tener sobre la configuración de la opinión pública (Mancera Rueda y Pano Alamán 2020). Entre los distintos agentes implicados, nos interesamos en la figura de los youtubers, conocidos por haberse convertido en agentes de influencia especialmente entre la población joven.

El discurso de YouTube ha sido estudiado desde distintas perspectivas, que han atendido tanto a la sección de comentarios como a los vídeos de los youtubers. Más vinculados al objetivo que nos ocupa, algunos trabajos han abordado la manifestación del discurso de odio en los comentarios (Lavón Cueva y Quispe Lacma 2021, Sánchez Barrera y Rodríguez Sánchez 2024), los mecanismos persuasivos empleados por los youtubers en hauls y videorreseñas (Martínez Ezquerro 2023, Clavijo Corchero 2025) o la articulación de discursos populistas como el negacionista del cambio climático (Vicente Torrico y González Puente 2023) o el antifeminista (Del Pino Díaz 2023).

Nuestro trabajo pretende contribuir a explorar esta última línea: la articulación de la argumentación populista en YouTube. Para ello, partimos de un corpus de vídeos de youtubers con perfiles ideológicos o políticos marcados y lo analizamos desde el marco de la Lingüística pragmática (Fuentes Rodríguez 2000), prestando especial atención a la manifestación de la persuasión y a la presencia de falacias argumentativas (Fuentes Rodríguez y Alcaide Lara 2002, Lo Cascio 1998, Van Emereen y Grootendorst 2009). Con ello, pretendemos desentrañar algunas claves de la argumentación populista en el discurso de los youtubers, que abarcan tanto recursos discursivos (argumentos, marcadores...) como el empleo estratégico de elementos multimodales propios de la plataforma.

Palabras clave: discurso digital, argumentación, populismo, YouTube, youtubers

El énfasis en las emociones como estrategia argumentativa del discurso populista en entornos digitales

Carlos Meléndez Quero

Université de Lorraine

Resumen

Esta comunicación se inserta en la propuesta de sesión monográfica “La argumentación en el discurso digital: análisis y aproximaciones metodológicas” del VII Congreso Internacional RECoD. Nuestro estudio forma parte de nuestra participación en el proyecto de I+D+i Argumentación y populismo: estrategias y mecanismos discursivos PID2024-156627NB-I00, financiado por MICIU/AEI/10.13039/501100011033/ y FEDER/UE, y tiene como finalidad última ayudar a la ciudadanía a detectar y comprender algunas estrategias y mecanismos argumentativos presentes en discursos digitales populistas del español en la actualidad.

Entendiendo el populismo como una estrategia discursiva manipuladora (Fuentes Rodríguez, 2022), nuestra investigación se centrará en una estrategia persuasiva muy poderosa dentro del contexto del discurso populista como es el uso de las emociones (cf. Nardaccio 2020, Fuentes Rodríguez 2020 y 2021, Meléndez Quero 2022 y 2023), haciendo un especial hincapié en aquellas relacionadas con una polaridad negativa.

Aplicando al estudio de discursos digitales en español (Cantamutto y Vela Delfa, 2016; Plasencia y Parini, 2025) un enfoque novedoso basado en la teoría de la argumentación (Anscombe y Ducrot, 1983), entendida como medio de persuasión y que permite explicar cómo se gestiona discursivamente la actividad argumentativa, así como una metodología modular y multidimensional de lingüística pragmática (Fuentes Rodríguez 2017[2000]), nuestra propuesta de comunicación permitirá avanzar en el conocimiento de la comunicación digital actual, incorporando al análisis del discurso argumentativo fenómenos relacionados con actividades u operaciones de imagen y de gestión de la identidad, así como con estrategias de cortesía y de descortesía que son favorecidas por el recurso a mecanismos lingüísticos de la persuasión (Fuentes Rodríguez y Alcaide Lara, 2002) asociados a la expresión de este tipo de emociones en el ámbito público en la red (Mancera Rueda y Pano Alamán, 2020).

Palabras clave: argumentación, discurso, digital, emociones, populismo

Aproximación pragmalingüística al discurso de Amadeo Lladós

María Soledad Padilla Herrada

Universidad de Sevilla

Resumen

El objetivo de este trabajo es analizar las estrategias discursivas empleadas por Amadeo Lladós, creador de contenido digital con una amplia presencia en redes sociales, que se presenta públicamente como emprendedor y mentor motivacional, y difunde a través de distintas plataformas digitales un discurso que ha alcanzado una notable repercusión, especialmente entre usuarios jóvenes.

Para llevar a cabo esta investigación, tomamos como marco teórico la Lingüística Pragmática desarrollada por Fuentes Rodríguez (2017 [2000]). Este enfoque permite abordar el discurso como una práctica comunicativa en contexto. Desde esta perspectiva, el discurso de Lladós se caracteriza por una fuerte simplificación argumentativa, la apelación sistemática a la emoción y la construcción de una dicotomía discursiva que opone a quienes se identifican con los valores promovidos frente a quienes no.

El análisis se realiza sobre un corpus de textos digitales difundidos en TikTok, en los que abordaremos la organización del mensaje y los recursos lingüísticos que contribuyen a la construcción de una identidad específica, y que le han permitido proyectarse como un líder carismático. Por ello, nos servimos del concepto de imagen (Goffman, 1967; Bravo, 1999) y de los aportes de la teoría de la argumentación (Anscombe y Ducrot, 1983; Fuentes y Alcaide, 2007, 2008), atendiendo en todo momento a la especificidad del canal digital (Mapelli y Pano, 2024).

Palabras clave: discurso digital, estrategias discursivas, lingüística pragmática

Modalidad en mensajes con emoyis

Víctor Pérez Béjar

Universitat de València

Resumen

Este trabajo parte de la hipótesis de que existe una complementación entre el uso de emoyis en los mensajes emitidos por redes sociales y la aparición de marcas lingüísticas de modalidad. El objetivo, por tanto, es descubrir qué elementos de modalidad (operadores discursivos, perífrasis, marcas de modalidad de enunciado...) suelen aparecer con diferentes tipos de emoyis y qué sentidos de modalidad suelen transmitirse para establecer la comunicación, garantizar la correcta interpretación de la fuerza ilocutiva y mantener una interacción cordial con el interlocutor minimizando el riesgo al conflicto. Hay, por tanto, un uso estratégico de la expresión lingüística de la modalidad, en conjunción con los emoyis, con repercusiones claras en la capacidad argumentativa de las intervenciones.

El modelo teórico del que partimos es de la lingüística pragmática de Fuentes Rodríguez (2000, 2017), que contempla el discurso como una unidad superior constituida de tres niveles (micro, macro y superestructura) y cuatro dimensiones (enunciativa, modal, informativa y argumentativa). La dimensión modal en la que se centra este trabajo permite establecer una serie de categorías y fenómenos discursivos (como los operadores o las perífrasis) que gestionan la expresión de la modalidad. Además, el modelo permite establecer relaciones entre diferentes dimensiones discursivas y comprobar cómo los elementos propios de la modalidad pueden repercutir en la argumentación o viceversa.

Para la realización del trabajo, extraeremos una muestra de discurso en red del corpus MEsA (Fuentes Rodríguez, 2021), principalmente, de WhatsApp, Twitter-X e Instagram. Atenderemos a las variables ya mencionadas de tipo de emoyi, marca de modalidad e información modal, pero también a las diferencias existentes a la hora de aplicar la variable sexo/género. La modalidad geográfica de lengua analizada se acotará, principalmente, al español europeo peninsular.

Palabras clave: modalidad, pragmlingüística, emoyi, discurso digital, argumentación

Discurso de odio en X en un contexto ecuatoriano: homofobia, transfobia, religión y política

María Elena Placencia

Birbeck, University of London

Catalina Fuentes Rodríguez

Universidad de Sevilla

Resumen

En noviembre de 2025 se representó una obra de teatro trans en la antigua capilla del Museo de la Ciudad en Quito. El evento teatral generó revuelo en los medios, dado que el espacio (desacralizado en 1998) conserva un fuerte valor simbólico y religioso para la comunidad católica quiteña. El arzobispo de Quito se pronunció en X en contra de lo sucedido, al igual que dos organizaciones católicas conservadoras —Firmes y Tradición y Acción Ecuador— que expresaron su indignación y convocaron una marcha de protesta. Estas publicaciones se viralizaron, generando una fuerte controversia y generando discursos de odio hacia la iglesia y hacia la comunidad LGBTQI, en ocasiones vinculados con posicionamientos políticos. Este episodio constituye el objeto de estudio del presente trabajo. El corpus, extraído de X (1-4 de diciembre de 2025), está compuesto por aproximadamente 400 respuestas de usuarios a los comunicados publicados por los tres actores mencionados.

Adoptando la perspectiva de la lingüística pragmática (Fuentes Rodríguez 2017[2000]) y apoyándonos en estudios sobre discurso digital en las redes (Gutiérrez Sanz 2016; Alcántara-Plá 2020) y discurso de odio (v. compilación de Gualda 2023), se investiga cómo se construye este discurso mediante acusaciones de hipocresía a la Iglesia, burlas de imágenes religiosas e insultos dirigidos a miembros de la comunidad LGBTQI, que se extienden también a los políticos. El análisis contempla tanto elementos verbales como no verbales (por ej., memes). De esta manera, el estudio busca visibilizar este tipo discursivo en la sociedad ecuatoriana, sumándose a trabajos sobre mensajes de odio en las redes en otros contextos (Miró Llinares 2016; Placencia 2022, 2024; Ramírez Salado 2022) y, al mismo tiempo, contribuir al estudio de los procedimientos argumentativos (Fuentes Rodríguez y Alcaide Lara 2002; Fuentes Rodríguez y García Pérez 2026), incluyendo el uso de herramientas digitales, que se emplean en la construcción discursiva del Otro.

Palabras clave: discurso de odio, transfobia, homofobia, religión, política

Estrategias lingüísticas del racismo en Twitter (España)

Zhongde Ren

Universidad de Sevilla

Resumen

El objetivo de esta comunicación es examinar las manifestaciones lingüísticas del racismo en mensajes publicados por los usuarios españoles en Twitter. Según Wodak (2003: 115), las estrategias discursivas obedecen a “un plan de prácticas más o menos preciso y más o menos intencional [...] con el fin de alcanzar un determinado objetivo social, político, psicológico o lingüístico”. En este estudio, tal propósito se vincula con la producción y legitimación de jerarquías sociales sustentadas en diferencias étnicas, culturales o nacionales.

Los resultados de nuestro análisis evidencian que Twitter dista de ser un medio neutral. Por el contrario, actúa como un entorno que favorece la intensificación y circulación del racismo digital. Rasgos como la brevedad, el anonimato y la inmediatez contribuyen a perfilar dinámicas discursivas basadas en la oposición entre endogrupo y exogrupo, así como en la movilización de emociones.

En este contexto, el discurso racista adopta múltiples procedimientos lingüísticos, entre ellos las designaciones peyorativas y los insultos, la figuración metafórica, la distorsión de cifras, la calificación con fines estigmatizantes, determinadas construcciones negativas y el recurso a falacias como la *petitio principii*, la generalización, el *argumentum ad populum*, la tergiversación del vínculo entre argumento y conclusión y la creación de la base argumentativa.

La investigación se enmarca en la Lingüística Pragmática (Fuentes Rodríguez, 2000, 2017), perspectiva que facilita el análisis de los usos discursivos de los elementos lingüísticos en su contexto. El corpus reúne publicaciones difundidas entre los años 2020 y 2026, lo que permite ofrecer una aproximación actual al fenómeno.

Palabras clave: racismo, estrategias lingüísticas, Twitter, Lingüística Pragmática, España

“No lo digo yo, lo dice la ciencia”: La evidencia científica como estrategia argumentativa en la divulgación oncológica en Instagram

Ignacio Satti

Universidad de Milán

Resumen

La comunicación médica ha experimentado una transformación profunda impulsada por el desarrollo de plataformas digitales y la participación activa de profesionales de la salud en entornos virtuales (Mapelli, 2024). En paralelo, se ha intensificado el debate sobre la desinformación médica y sus posibles consecuencias (Warner et al., 2022). En este marco, el presente trabajo analiza la apelación a la evidencia científica como recurso argumentativo en la divulgación oncológica en Instagram. El objetivo es determinar (1) qué función argumentativa desempeña esta apelación y (2) si y cómo se incluyen las fuentes bibliográficas correspondientes. Para ello, se aplican el análisis multimodal del discurso (Kress, 2009) y la teoría de la argumentación (Fuentes Rodríguez y Alcaide Lara, 2007) a un corpus de 218 publicaciones de los diez divulgadores españoles sobre oncología con mayor número de seguidores. Los resultados muestran que la apelación a la evidencia científica se emplea para legitimar la opinión profesional mediante una estrategia argumentativa que separa explícitamente ambos planos (“no lo digo yo, lo dice la ciencia”). Sin embargo, en la mayoría de los casos no se incluyen fuentes bibliográficas accesibles y se recurre a conectores argumentativos que contribuyen a difuminar los límites entre evidencia y opinión. Asimismo, el uso de operadores (Fuentes Rodríguez et al., 2021) de atenuación en los resultados científicos y de operadores de refuerzo en las recomendaciones profesionales evidencia una tensión entre la naturaleza matizada del discurso científico y la asertividad de la opinión profesional. En conclusión, aunque se detecta una creciente conciencia sobre la importancia de incluir fuentes bibliográficas, la divulgación en Instagram favorece determinados modos de apelación a la evidencia científica que contribuyen a la confusión entre evidencia y opinión profesional, lo que subraya la necesidad de fomentar una mayor alfabetización científica entre los profesionales divulgadores como estrategia para combatir la desinformación médica.

Palabras clave: análisis del discurso, argumentación, comunicación médica, desinformación, Instagram

DIGITHUM: Humor digital y multimodalidad en WhatsApp, prácticas, recursos y metodología de análisis

María Belén Alvarado Ortega (coord.)

Universidad de Alicante

Las aplicaciones de mensajería instantánea se han consolidado como el medio predominante de comunicación interpersonal a distancia. En este entorno, WhatsApp constituye un espacio privilegiado para el análisis de la interacción digital, donde el humor aparece con frecuencia, especialmente en grupos caracterizados por la familiaridad y la confianza entre los participantes. El objetivo de DIGITHUM es compilar un corpus multimodal de conversaciones humorísticas de WhatsApp y desarrollar una metodología de análisis y etiquetaje pragmático-discursivo que permita describir de manera sistemática los recursos y prácticas con los que los usuarios construyen, interpretan y negocian el humor (*emojis, emoticonos, gifs, stickers y marcas de risa*), atendiendo tanto a la dimensión interactiva como a factores sociopragmáticos como la identidad y la variación generacional.

Funciones pragmáticas de los stickers en las conversaciones humorísticas del Corpus DIGITHUM

María Belén Alvarado Ortega

Universidad de Alicante

Esther Linares Bernabéu

Universitat de València

Resumen

Las aplicaciones de mensajería instantánea se han consolidado como el medio predominante de comunicación interpersonal a distancia. En este entorno, WhatsApp constituye un espacio privilegiado para el análisis de la interacción digital, donde el humor aparece con frecuencia, especialmente en grupos caracterizados por la familiaridad y la confianza entre los participantes.

El objetivo de este trabajo es realizar un análisis pragmático del uso de los stickers en conversaciones humorísticas del Corpus DIGITHUM. Partimos de la hipótesis de que los stickers funcionan como pistas de contextualización que permiten indexar adecuadamente la intención humorística y reforzar la fuerza ilocutiva de los mensajes. Asimismo, se plantea que estos recursos multimodales contribuyen a prevenir posibles malentendidos interpretativos y a mitigar actos potencialmente amenazantes para la imagen de los interlocutores.

El estudio se basa en el análisis cualitativo de 60 secuencias humorísticas extraídas del corpus. Se examinan variables como la posición secuencial del sticker, su relación con el componente verbal, las funciones pragmáticas desempeñadas y su impacto en la dinámica conversacional.

Los resultados muestran que los stickers cumplen funciones discursivas estratégicas: intensificación del efecto humorístico, marcación de ironía o sarcasmo, gestión de la cortesía, construcción de complicidad y orientación de la interpretación pragmática del intercambio.

Se concluye que los stickers no actúan únicamente como elementos decorativos, sino como recursos pragmáticos relevantes en la co-construcción del humor y en la organización de la interacción en la comunicación digital.

Palabras clave: pragmática, humor, multimodalidad, stickers, WhatsApp

Relaciones de discurso en secuencias humorísticas del corpus DIGITHUM

Eladio Duque Gómez

Universidad Complutense de Madrid

Ana Mancera Rueda

Universidad de Sevilla

Resumen

El objetivo de esta investigación es analizar cómo se articulan las relaciones que se establecen entre los enunciados y los elementos multimodales en algunas de las interacciones del corpus DIGITHUM, compuesto por conversaciones humorísticas de WhatsApp. Para ello se adopta el enfoque de la Teoría de la Estructura Retórica (Mann y Thompson, 1988), que concibe el discurso como estructura organizada mediante relaciones semántico-pragmáticas entre sus segmentos (Garrido Medina y Rodríguez Ramalle, 2015). En particular, se emplea la clasificación propuesta por Duque Gómez (2016), que distingue tres grandes familias de relaciones: contigüidad o ampliación, semejanza y causalidad. El análisis del corpus DIGITHUM permitirá observar cómo estas relaciones estructuran los intercambios en WhatsApp y cómo los participantes encadenan sus intervenciones para construir secuencias humorísticas. De este modo, se pretende mostrar de qué manera los distintos tipos de vínculos discursivos contribuyen tanto a la coherencia del intercambio como al desarrollo del efecto humorístico en la interacción digital.

Palabras clave: relaciones de discurso, humor digital, WhatsApp, Teoría de la Estructura Retórica (RST), multimodalidad

De 😂 a 💀: resignificaciones generacionales de la risa en WhatsApp

Carmen Maíz Arévalo

Universidad Complutense de Madrid

Laura Aliaga Aguza

Universidad Isabel I

Resumen

Desde una perspectiva sociolingüística, este estudio examina la expresión gráfica de la risa entre los usuarios españoles peninsulares de WhatsApp de distintas generaciones. En concreto, la investigación explora hasta qué punto se siguen empleando los emojis diseñados originalmente para la representación gráfica de la risa (por ejemplo, 😂) por parte de dos grupos etarios diferenciados: mayores de 50 años y menores de 25. Para ello, se llevaron a cabo discusiones de grupo con informantes de estas cohortes. Los resultados indican que los participantes de más edad tienden a utilizar los emojis de risa acuerdo con sus significados originales mientras que los usuarios más jóvenes suelen reutilizar los emojis con significados diferentes (por ejemplo, 💀 para significar hilaridad) y recurren a otro tipo de graficones como los stickers o los emoticonos para la expresión de la risa. Este cambio refleja no solo una reacción contra las generaciones mayores, a las que se percibe como partidarias de emojis “anticuados”, sino también un esfuerzo de los usuarios más jóvenes por construir su propia identidad generacional.

Palabras clave: emoji, expresión de la risa, diferencias generacionales, WhatsApp, émica

OBSERVAHUMOR.COM y la risa. Propuesta para su etiquetaje pragmático en DIGITHUM

Leonor Ruiz Gurillo

Universidad de Alicante

Carmen Pérez Sabater

Universitat Politècnica de València

Resumen

Manejar textos humorísticos desde la lingüística de corpus resulta complejo. En ellos, el humor se puede manifestar como un rasgo idiosincrásico o como algo puntual. A lo largo de los últimos 24 años, el grupo de investigación GRIALE ha desarrollado una herramienta que aloja en este momento 6 corpus de acceso abierto, denominados CHILDHUM, VALESCO.HUMOR, FEMMES.UP, ERASMUS.HUMOR, COLUMNS.HUMOR y BLOGS.HUMOR. Dichas bases de datos han seguido un protocolo que ha consistido en la selección o recopilación de cada uno de ellos, la digitalización y la posterior compilación informática. Ello nos ha facilitado una herramienta con la que el equipo ha abordado el etiquetaje que, en este caso, y frente a lo que ocurre por lo general en la pragmática de corpus (Aijmer, 2015; Rühlemann, 2018; Weiser, 2018), permite señalar cualquier marca, indicador o aspecto psicosocial de los discursos. Por último, se ha procedido a lanzar el buscador de acceso libre.

En esta comunicación presentamos los fundamentos de este observatorio del humor, al tiempo que nos centramos en el corpus DIGITHUM. Gracias al proyecto “CIAICO/2024/6: Discursos humorísticos digitales: Compilación y etiquetaje pragmático del corpus DIGITHUM”, se procederá a aplicar las mismas fases que en casos anteriores. Aunque las tareas actuales se localizan en la selección y recopilación de las conversaciones de WhatsApp, mostraremos diversas vías para el futuro etiquetaje pragmático de la risa. Se trata de una marca humorística de carácter multimodal (Ruiz Gurillo, 2023) o de representaciones iconográficas de la risa (García-Montes et al., 2026), que, en las interacciones digitales, se manifiesta a través de formas diversas como emojis, gifs o memes.

Conviene revisar en este caso las diversas funciones que puede adquirir en entornos digitales, como las de evitar actos de amenaza a la imagen, establecer sociabilidad entre los interlocutores, indexar diferencias de estatus o poder, y gestionar el intercambio de turnos y guiar en la interpretación de enunciados (König, 2019). Con ello, propondremos algunas vías para la marcación de la risa en tales entornos interactivos y digitales.

Palabras clave: discurso digital, etiquetaje pragmático, humor, risa textualizada, funciones

Discurso digital en la Argentina: enfoques, prácticas y perspectivas en diálogo

Elizabeth Mercedes Rigatuso (coord.)

Universidad Nacional del Sur, CEL “Dra. M. B. Fontanella de Weinberg”; Academia Argentina de Letras

El estudio del discurso digital se ha consolidado en las últimas décadas como un campo relevante y en expansión dentro de las ciencias del lenguaje, en estrecha articulación con los desarrollos tecnológicos y las transformaciones en las prácticas comunicativas. Diversos especialistas han propuesto periodizaciones que permiten dar cuenta de su evolución teórico-metodológica, desde los primeros análisis centrados en las propiedades formales de la comunicación mediada por computadora hasta perspectivas más recientes que integran dimensiones socioculturales, interaccionales y multimodales (v., por ej., los aportes de S. Herring, J. Androutsopoulos, C. Thurlow, A. Georgakopoulou). Entre estas propuestas, resulta de particular interés la síntesis formulada por P. Bou-Franch y P. Garcés-Conejos (2019), quienes distinguen tres oleadas en el desarrollo de los estudios sobre comunicación digital: 1) enfoques centrados en descripciones lingüísticas; 2) enfoques de orientación social con foco en diversidad social, variabilidad lingüística, identidad y comunidades en línea, y 3) una tercera ola que incorpora cuestiones de transmedialidad, translocalidad y multimodalidad, junto con perspectivas críticas vinculadas a ideologías y prácticas digitales (2019: 4).

En este marco, el panel se propone como un espacio de articulación y diálogo en torno a las investigaciones sobre discurso digital en la Argentina, atendiendo a su inscripción en estas tendencias internacionales y a sus desarrollos específicos en contextos locales. Se busca reunir contribuciones que, desde diversas perspectivas —pragmáticas, sociolingüísticas, discursivas, multimodales, entre otras—, aborden prácticas discursivas digitales en distintos ámbitos, tales como la interacción cotidiana, la comunicación institucional, los entornos educativos, los espacios comerciales, las redes sociales, etc.

Asimismo, el panel convoca trabajos que den cuenta de la diversidad de corpus y metodologías empleadas en el estudio del discurso digital en el país, incluyendo investigaciones empíricas, desarrollos teóricos y aplicaciones en distintos campos. Se prestará atención, además, a estudios sobre variación y cambio en escalas microdiacrónicas, en relación con la dinámica de los entornos digitales.

De este modo, el panel busca contribuir a una caracterización del campo en el ámbito nacional, favoreciendo la puesta en relación de líneas de investigación y problemas compartidos, en diálogo con los debates y desafíos actuales del escenario académico internacional.

Del ok al : breve historia de un fenómeno pragmático de la interacción digital escrita

Lucía Cantamutto

Universidad Nacional de Río Negro, CIEDIS; CONICET

Resumen

Cada nueva tecnología, no reinventa las formas de comunicarnos, sino que, en un proceso de convergencia, produce formas que se contaminan entre sí (Scolari, 2009), dando lugar a continuidades y reconfiguraciones en los modos en los que se producen los intercambios comunicativos. Entramadas con la vida cotidiana en línea y fuera de línea, las elecciones comunicativas no se limitan a lo lingüístico: también involucran aplicaciones, dispositivos, recursos semióticos y estrategias interaccionales en un repertorio polimedial y transmedial inestable. Asimismo, el estilo digital (Cantamutto, 2018; Vela Delfa, 2007) modela las elecciones en tensión entre la economía, la claridad y la expresividad: rasgos que orientan las formas en que se gestionan los vínculos en entornos comunicativos digitales. Este trabajo tiene por objetivo abordar un fenómeno pragmático de la interacción digital que, en un breve período de tiempo, ha ido adaptándose a las prestaciones (*affordances*) de los medios: la marcación de acuerdo. A partir de un recorrido por recursos que van desde formas mínimas, como *ok*, hasta reacciones gráficas como el corazón y la constelación que despliega (Rigatuso y Cantamutto, en prensa). A partir de datos extraídos de CoDiCE, pertenecientes al español bonaerense y recolectados entre el 2007 y el 2026, nos interesa presentar la variación microdiacrónica de la gestión del acuerdo en la interacción digital escrita. Con una perspectiva teórica que conjuga la sociolingüística interaccional, la pragmática sociocultural y el análisis del discurso digital, describiremos las elecciones de los hablantes en relación con las etapas del estilo digital (Cantamutto, 2023). En particular, se observa que, en las elecciones de formas verbales y/o gráficas, la gradación en la expresividad se vincula, por un lado, con los recursos disponibles en el repertorio de medios y, por otro, con estrategias pragmáticas para la gestión de los vínculos.

Palabras clave: discurso digital, marcadores discursivos, estilo digital, comunicación mediada por computadora, emojis

Herramientas para el Análisis del Discurso Digital en prácticas juveniles y en la ciberliteratura

Gabriela Palazzo

Universidad Nacional de Tucumán

Resumen

En el cruce entre los Estudios de Juventudes y el Análisis del Discurso Digital, esta comunicación presenta herramientas teórico-metodológicas desarrolladas desde fines del siglo XX en mi investigación doctoral, posdoctoral como investigadora de Conicet y como docente e investigadora de la UNT (Argentina) en torno a dos ejes diferenciados. El primero propone herramientas para el estudio del ciberdiscurso juvenil en géneros del ciberespacio y su ficcionalización en narrativas literarias para adolescentes; el segundo ofrece categorías para el análisis del discurso digital en la ciberliteratura, entendida como práctica discursiva de la cibercultura. Ambas líneas se inscriben en una metodología cualitativa y buscan contribuir a la consolidación del Análisis del Discurso Digital como campo en la Argentina.

El primer eje parte del estudio del chat, género que visibilizó un lugar de enunciación generacional propio, en que lo antinormativo operó como regla y la adquisición de recursos comunicativos específicos habilitó nuevas formas de presencia y reconocimiento social. Su análisis derivó en la elaboración del constructo ciberdiscurso juvenil (CDJ), propuesta teórico-metodológica orientada al estudio de interacciones juveniles online (Palazzo, 2009, 2010, 2012, 2021), operativizado luego en el fotolog y el blog. El CDJ es estudiado asimismo en narrativas literarias contemporáneas para adolescentes, indagando las regularidades mediante las cuales el verosímil literario incorpora y procesa modos y formatos del ciberespacio —WhatsApp, correo electrónico, blog, Facebook—.

El segundo eje aborda la ciberliteratura desde el cruce entre estudios literarios y Análisis del Discurso Digital, problematizando las transformaciones que atraviesan categorías tradicionales como autor, lector y texto. En continuidad con la noción de que el discurso literario absorbe y reconfigura otros discursos sociales, se analizan hiperficciones, microrrelatos en redes sociales y poesía digital, atendiendo a propiedades como la multimodalidad, la hipertextualidad y la interactividad.

Palabras clave: herramientas, discurso digital, juventudes, ciberdiscurso juvenil, ciberliteratura

“¿Similares, complementarios o diferentes?” Prácticas comunicativas de graficones y gestión de vínculos en encuentros comerciales por WhatsApp del español bonaerense

Elizabeth Mercedes Rigatuso

Universidad Nacional del Sur, CEL “Dra. M. B. Fontanella de Weinberg”; Academia
Argentina de Letras

Resumen

El presente trabajo se ubica en el punto de convergencia de tres fenómenos dinámicamente imbricados en torno al proceso de la comunicación interpersonal: el desplazamiento del estilo comunicativo del español bonaerense hacia una cultura de acercamiento (Albelda Marco/Briz, 2010; Rigatuso, 2015), las prácticas comunicativas de gestión de vínculos entre vendedores y clientes en la comercialidad virtual (Rigatuso, 2025) y, como núcleo de esta exposición, la evolución histórica de los recursos multimodales gráficos (graficones) de la comunicación digital, en términos de Konrad/Herring/Choi (2020). En el marco de una línea de investigación sociolingüística y sociopragmática sobre encuentros comerciales desarrollados mediante WhatsApp, el estudio propone un análisis contrastivo del funcionamiento pragmático-discursivo de emojis y stickers, los recursos más frecuentes del repertorio de graficones (Herring/Dainas, 2017) para la gestión interrelacional (Spencer-Oatey, 2008) en esta modalidad de interacción. Específicamente, nos interesa relevar en qué medida emojis y stickers comparten funciones relacionales, pragmáticas y textuales, se complementan en la gestión de vínculos interpersonales y la expresión de (des)cortesía, emotividad y expresividad, o desarrollan usos especializados vinculados con las metas interaccionales de servicio.

El estudio adopta una perspectiva microdiacrónica basada en un corpus de muestras reales de intercambios comerciales por WhatsApp de Bahía Blanca producidos entre 2018 y 2026, período que incluye como punto de inflexión la pandemia de COVID-19 y las transformaciones comunicativas asociadas a la expansión de la comercialidad virtual. Desde esta perspectiva microdiacrónica, se busca explorar el grado de impacto de la ampliación del repertorio semiótico disponible a partir de la incorporación progresiva de stickers en una reconfiguración de las estrategias de gestión interpersonal elegidas en la práctica discursiva propia de esta comercialidad virtual.

En el aspecto teórico-metodológico, la investigación integra aportes de Análisis del Discurso Digital (Bou-Franch/Garcés-Conejos, 2019; Placencia/Parini, 2025), Sociolingüística interaccional (Gumperz, 2001) y Pragmática sociocultural (Bravo, 2022; Bravo/Briz 2004) y variacional (Schneider/Barron, 2008). Incorpora, además, contribuciones de Sociolingüística y Pragmática históricas, en línea con Konrad/Herring/Choi (2020). Para la constitución del corpus se trabaja con la técnica de participante-observador adaptada a contextos digitales (Placencia, 2015; Vela Delfa/Cantamutto, 2016,2023; Graham/Hardaker, 2017; Rigatuso, 2025), con anonimización de datos.

Se espera que el análisis contribuya a comprender los procesos de especialización funcional y cambio pragmático en el repertorio de graficones de la interacción digital escrita.

Palabras clave: interacción comercial por WhatsApp, (des)cortesía y gestión de vínculos, graficones, variación y cambio lingüísticos, español bonaerense

Del comentario al prompt: reconfiguraciones del enunciado y de la esfera pública en el discurso digital

Julio César Sal Paz

Universidad Nacional de Tucumán; CONICET

Resumen

El presente trabajo propone un recorrido del comentario digital al prompt, arco genealógico que traza continuidades y mutaciones de los géneros interactivos de participación ciudadana en el discurso digital.

El marco teórico-metodológico —que reconoce aportes de los estudios críticos del discurso, la ciberretórica, las humanidades digitales y la teoría de los géneros, articulados en una perspectiva propia, caracterizada como análisis lingüístico retórico-discursivo— organiza dos etapas. En la primera (2002–2022), la investigación se centró en el comentario digital como género del paradigma de la “gran conversación”: arena pública intersubjetiva donde el usuario asume un rol activo y una identidad digital móvil en la construcción de representaciones sociodiscursivas. Su análisis exigió desplazar la mirada desde la interactividad y la multimedialidad —propias de enfoques tecnodescriptivos— hacia la interacción y la multimodalidad como categorías centrales.

En la segunda etapa (2023–presente), ese programa se extiende al prompt de las plataformas de IAG: cibergénero emergente de la cultura algorítmica donde la participación adopta la forma de negociación retórica con sistemas opacos que carecen de phronesis. Los aportes centrales de este periodo son el concepto de fricción discursiva —tensión lingüístico-ideológica entre las representaciones del enunciador humano y los marcos epistémico-políticos sedimentados en los modelos de lenguaje— y la Inteligencia Retórico-Digital como competencia crítica frente a la doxa digital.

Se argumenta que ambos géneros comparten una matriz performativa del requerimiento —orientada a interlocutores de distinta naturaleza: la plaza pública intersubjetiva en el comentario y la interfaz privada en el prompt— y que cada uno supone el desarrollo de competencias, alfabetizaciones y literacidades. En efecto, el tránsito del primero al segundo no representa una expansión lineal sino una reconfiguración profunda de la esfera digital: el desplazamiento hacia un escenario mediado por la gubernamentalidad algorítmica que exige restituir la agencia ciudadana frente a la privatización contemporánea del enunciado.

Palabras clave: géneros discursivos digitales, comentario, prompt, esfera pública, agencia ciudadana