LAS PARTICULARIDADES DEL ÁMBITO ELECTRÓNICO QUE DETERMINAN LA COMUNICACIÓN MEDIADA POR EL ORDENADOR (CMO)

Carmen-Valentina Candale
Universitatea din Bucureşti
carmencandale@gmail.com

Résumé : ***Les particularités du domaine électronique qui déterminent la communication assistée par ordinateur (CAO)***. *Créée sur la base du Web 1.0, le Web 2.0 a permis le surgissement de réseaux sociaux qui encouragent des modalités d'expression dont l'analyse nécéssite de l'examen de phénomènes comme la multimodalité, les contenus multi-auteur, l'intertextualité et l'hypertexte.*

Mots-clés : *réseau social, communication assistée par ordinateur, Web 2.0, multimodalité.*

El ámbito electrónico representa una de las realidades más características del siglo XXI, cuyo impacto sobre la sociedad de hoy en día, principalmente sobre la manera de relacionarse de los seres humanos, resulta ser uno de los más controvertidos aspectos actuales.

Según Manuel Castells (2001, 16),

> „En el último cuarto del siglo XX coincidieron tres procesos independientes, que han derivado en una nueva estructura social basada predominantemente en las redes. Las necesidades de la economía de flexibilidad en gestión y de globalización del capital, la producción y el comercio. Las demandas de una sociedad en la que los valores de la libertad individual y la comunicación abierta se convirtieron en fundamentales. Y, en fin, los extraordinarios avances que experimentaron la informática y las telecomunicaciones, y que han sido posibles gracias a la revolución de la microelectrónica."

El uso de internet ha ido generalizándose y, „actualmente, las principales actividades económicas, sociales, políticas y culturales de todo el planeta se están estructurando por medio de Internet" (*Ibidem*, 17). Por su parte, David Crystal (2004, VII) afirma que internet es el invento más

BDD-V5048 © 2019 Casa Cărții de Știință
Provided by Diacronia.ro for IP 18.97.9.169 (2026-09-09 00:13:30 UTC)

remarcable del hombre, su impacto siendo comparable con el del ferrocarril, la electricidad, la telegrafía, el automóvil y la televisión. Esta nueva herramienta de comunicación hace que el papel del lenguaje sea central, puesto que el carácter lingüístico de internet se puede notar en cada una de sus funciones. Es por eso que el mismo autor afirma que la más importante revolución originada por internet es la del lenguaje (*Ibidem*, VIII), un lenguaje que nosotros nos permitiríamos llamarlo *lenguaje-net*. O *netlenguaje*. A estas observaciones se les pueden añadir las de Manuel Castells (2001, 70–71), que menciona que las comunidades virtuales se basan en dos características fundamentales, que son la *libertad de expresión a nivel global*, „que representa uno de los valores generales de internet", y la *conectividad autodirigida*, o „la capacidad de cualquier persona para encontrar su propio destino en la red y, si no lo encuentra, para crear y publicar su propia información, suscitando así la creación de una nueva red". Asimismo, las nuevas tecnologías han provocado „que la escritura haya pasado a ocupar en nuestra vida social un aspecto cotidiano, con el que ya no solemos enfrentarnos, sino convivir cada día de una manera familiar"; es decir, han modificado „nuestros modelos tradicionales de comunicación y de relaciones sociales" (Gaviño Rodríguez 2008, 22). Aunque las plataformas de internet han permitido el desarrollo de otras modalidades de comunicación, como las videollamadas o los mensajes audio, el mensaje escrito es todavía muy popular y es muy probable que siga siéndolo (Herring 2010). Por lo tanto, podemos afirmar que internet ya ha cambiado el panorama de la humanidad, y lo único que podemos hacer es meditar sobre su impacto y sobre nuestro futuro junto a él (Baconschi 2015, 14).

Internet es „an association of computer networks with common standards which enable messages to be sent from any central computer (or *host*) on one network to any host on any other" (Crystal 2004, 2–3). La historia de este empieza en 1969, cuando el Departamento de Defensa de los Estados Unidos crea la red de ordenadores ARPANET, que establece conexiones con distintas universidades y centros de investigación. Posteriormente, en 1983, ARPANET se convierte en ARPA-INTERNET, destinado a la investigación, y en 1990 ARPANET se considera obsoleto y se desmonta (Castells 2001, 25). En 1995 se da paso al uso privado de internet, puesto que

> „A principios de los noventa, una serie de proveedores de servicios Internet (Internet Service Providers) construyeron sus propias redes y establecieron pasarelas (gateways) propias con fines comerciales. A partir de ese momento, Internet comenzó a desarrollarse rápidamente, como una red global de redes informáticas, desarrollo propiciado por el diseño original de ARPANET, basado en una arquitectura descentralizada de varias capas (layers) y protocolos abiertos de comunicación." (*Ibidem*, 26).

BDD-V5048 © 2019 Casa Cărții de Știință
Provided by Diacronia.ro for IP 18.97.9.169 (2026-09-09 00:13:30 UTC)

El mismo autor explica que la World Wide Web fue la aplicación que permitió, a partir de 1990, que internet abarcara todo el planeta, gracias a su creador, Tim Berners-Lee, un programador inglés que trabajaba como investigador en Ginebra. Por lo tanto, „para mediados de los noventa, Internet estaba ya privatizado y su arquitectura técnica abierta permitía la conexión en red de todas las redes informáticas de cualquier punto del planeta". Internet nació de forma oficial para la gente en 1995, aunque los científicos y los *hackers* ya habían proyectado en la mente su creación desde mucho antes (*Ibidem*, 19–31).

La arquitectura de la Web 1.0 ha permitido su evolución como Web 2.0 y, consecuentemente, la de las plataformas sociales, „creadas para facilitar diferentes formas de interacción personal – síncrona y asíncrona – con un alcance global y/o local. Lo que supone una compleja interrelación entre prácticas comunicativas, comportamiento social y tecnología, sin precedentes en la historia de la Humanidad" (Del Fresno García, Daly y Supovitz 2015, 54). Por consiguiente, las plataformas sociales fomentan la comunicación sobre diferentes temas entre personas de cualquier lugar del planeta, la llamada „autocomunicación de masas" (Castells 2009, 29, *apud* Del Fresno García, Daly y Supovitz 2015, 54). Los principales rasgos del ámbito virtual – tal como lo conocemos en este momento – que influyen en las particularidades del lenguaje del *social media*, se le deben a la Web 2.0,

> „que representa la nueva generación de páginas web y se refiere, en primer lugar, a diseños y funcionalidades de la *web* que permiten la presentación y manipulación de datos mediante la interacción de agentes humanos e informáticos. En segundo lugar, se refiere a un modelo de negocio basado en usar Internet para que la gente se encuentre y se relacione. En tercer lugar, el término describe servicios digitales para un nuevo tipo de usuario, más comprometido, activo y participativo, y la clave del mantenimiento y expansión de contenidos. Y en cuarto lugar, se refiere a un modelo político en una era donde las sociedades están cada vez más mediadas por los medios informativos digitales" (Allen 2008, *apud* Yus Ramos 2010, 117–118).

El empleo del *social media* ha ido generalizándose de tal manera, que se cree que los cambios que los avances tecnológicos generan en la estructura de las relaciones interpersonales llevan a la *tecnologización de la realidad* (Virilio 1991, *apud* Del Fresno García, Daly y Supovitz 2015, 54), y que una separación entre el mundo real y el virtual ya no es oportuna, dado el uso constante de hoy en día de las tecnologías (Del Fresno García, Daly y Supovitz 2015, 54). Teodor Baconschi (2015, 14–15), a su vez, observa que el conflicto epistémico dominante concierne a la jerarquía entre lo real y lo virtual. En su opinión, el ser humano siempre ha necesitado mundos

BDD-V5048 © 2019 Casa Cărții de Știință
Provided by Diacronia.ro for IP 18.97.9.169 (2026-09-09 00:13:30 UTC)

alternativos, aunque de diferente índole (místicos, proféticos, poéticos, etc.) y ninguna sociedad no ha funcionado sin ellos. Aun así, el autor percibe internet como una utopía fomentada por la evolución tecnológica y basada en la ideología del acceso universal, con pretensiones ecuménicas, un mundo menos imperfecto y más real que el propio mundo real, que vampiriza al último y nos promete el paraíso artificial de un espacio sin constricciones morales, sociales, intelectuales (*Ibidem*, 16).

A diferencia del contexto físico, que implica varios canales de comunicación, como el visual, el auditivo, el gestual, el canal de comunicación del ámbito virtual es, principalmente, el visual, interviniendo a veces el auditivo, aunque en menor medida. De la misma forma, el carácter inconstante y dinámico del ámbito permite la modificación, la eliminación o el desarrollo de los mensajes transmitidos, como también la inserción de fotos, de materiales vídeo o audio en el interior de esos (la llamada *multimodalidad*) (Eisenlauer 2013, 65), hecho no posible en la comunicación de copresencia física. La falta de linealidad de este tipo de texto frente al texto tradicional es extremadamente visible, y aún más dada la inserción de hipervínculos que pueden generar una lectura atípica de este, realizándose instantáneamente conexiones con otros textos y abriéndose, de esta forma, el camino hacia la *intertextualidad*. La intertextualidad en el ámbito virtual se manifiesta mediante varias vías, puesto que los internautas proporcionan contexto externo a la hora de crear sentido, parafraseando, citando, retuiteando o insertando enlaces de otras páginas Web (Herring y Androutsopoulos 2015, 136). Todos estos aspectos se originan en la existencia del *hipertexto*, que representa un tipo de texto nuevo, diferente del tradicional y característico del ámbito virtual (Eisenlauer 2013, 58), y se basa en los conceptos que acabamos de mencionar.

Uno de los rasgos fundamentales y profundos de la Web 2.0 consiste en la capacidad de los usuarios de subir, igual que descargar, contenido disponible en internet (Fry 2007, *apud* Eisenlauer 2013, 3). Este fenómeno, aunque sencillo, ha tenido efectos importantes sobre las costumbres textuales de los usuarios, y es muy visible en aplicaciones como WikiWebs, Weblogs o SNS (Social Network Sites), donde el usuario se convierte en autor de contenido (Eisenlauer 2013, 3). Los cambios traídos por la Web 2.0 son aún más importantes dado que, anteriormente, solo las personas autorizadas y las que tenían conocimientos técnicos adecuados podían publicar en internet. Desde una perspectiva sociolingüística y de análisis del discurso, todos los aspectos mencionados anteriormente conducen a lo que Jannis Androutsopoulos (2011, *apud* Mancera Rueda y Pano Alamán 2013, 19) llama *multimodalidad* y *multiautoría,* es decir a la existencia de varios *modos* (*correo electrónico*, *blog*, *mensajería instantánea*, *microblog*, *chat*, *foro*) que facilitan la comunicación diversa (frecuentemente en una misma

BDD-V5048 © 2019 Casa Cărții de Știință
Provided by Diacronia.ro for IP 18.97.9.169 (2026-09-09 00:13:30 UTC)

plataforma) y a la participación de varios internautas en el proceso de creación de contenido, este último aspecto consistiendo en la descentralización de la autoridad y en la cooperación de los usuarios.

El término de *social media* se refiere, básicamente, a las aplicaciones basadas en los fundamentos ideológicos y tecnológicos de la Web 2.0 y a sus variadas interrelaciones en la organización de la vida social, que permiten la creación y el intercambio de contenido entre los internautas (Eisenlauer 2013, 6; Kaplean y Haenlein 2008, 34, *apud* Bădău 2011, 16). Desde el punto de vista social, existen tres funciones importantes del *social media* o del *social software*: en primer lugar, *gestiona la información* facilitando la búsqueda, la administración y la evaluación de esa *online*; en segundo lugar, *gestiona la identidad*, sosteniendo la presentación de las facetas de la persona en los ámbitos *online*; en tercer lugar, gestiona los contactos facilitando la mostración, el mantenimiento y el establecimiento de conexiones en línea (Schmidt 2006, *apud* Eisenlauer 2013, 6). Sin embargo, Danah Boyd (2006, *apud* Eisenlauer 2013, 6–7) lleva más allá el análisis de este concepto, afirmando que el papel principal en el ajuste y en la difusión del *social software*, como también en la formación de la cultura que lo rodea, lo tiene la participación del usuario. La característica clave es, según la autora, no tanto la tecnología como la actitud de la gente al utilizar el software.

El proceso de formación de las comunidades *online* supone el hecho de crear un *perfil personal* mediante una serie de plantillas que se tienen que completar, realizar una *lista de contactos* y luego iniciar conversaciones con ellos. Plataformas como el *foro*, el *blog*, el *correo electrónico* y el *chat*, guardan en la Web 2.0 casi la misma forma que tenían en la Web 1.0 y se adaptan a la primera sin grandes cambios, pero a estos se les añaden redes como Twitter, Facebook, Tuenti, Instagram, etc., que „se consideran emergentes, pues plantean nuevas dinámicas discursivas que se apoyan solamente en parte en las dinámicas conversacionales propias de la Web 1.0" (Mancera Rueda y Pano Alamán 2013, 22). Las redes mencionadas, aunque especialmente las emergentes de la Web 2.0, fomentan la producción de diferentes tipos de contenido que también condicionan la manera de expresarse de los internautas. Ejemplos en este sentido son las actualizaciones de estado, los mensajes que acompañan vídeos, fotos u otros tipos de publicaciones (en torno a los cuales se suelen iniciar intercambios conversacionales), la inserción de hipervínculos en forma de *tags* o de *hashtags*, las modificaciones de los wikis (Herring y Androutsopoulos 2015, 130), las descripciones personales, etc.

Igualmente, se observa la existencia de *géneros*, a parte de los *modos* ya mencionados, puesto que la CMO es *conversacional* en el *chat*, en la *mensajería instantánea* y en los *foros*, como también en ámbitos cuyo propósito principal es el de fomentar la conversación, como son las

BDD-V5048 © 2019 Casa Cărții de Știință
Provided by Diacronia.ro for IP 18.97.9.169 (2026-09-09 00:13:30 UTC)

plataformas de *photo-* y *video- sharing* (Bou-Franch, Lorenzo-Dus y Blitvich 2012, *apud* Herring y Androutsopoulos 2015, 129). Por otra parte, el género es *narrativo* en los videojuegos con múltiples usuarios, que implican juego de rol, puesto que la gente reproduce frecuentemente fragmentos de narraciones e historias (Georgakopoulou 2013, *apud* Herring y Androutsopoulos 2015, 129). De la misma forma, el género se presenta *expositivo* en los textos de Wikipedia, construidos de forma colaborativa (Herring y Androutsopoulos 2015, 129).

Otro factor que influye en la comunicación en las plataformas sociales y que representa una de las variables del medio es el carácter *sincrónico* o *asincrónico* de estas, distinción realizada por muchos autores incluso desde los principios del estudio de la CMO, pero que resulta ya insuficiente hoy en día, como algunos otros afirman (Pano Alamán 2008, 33; Herring y Androutsopoulos 2015, 130). Una distinción frecuentemente mencionada por los estudios consultados es la que asemeja a los modos *asincrónicos* con el lenguaje escrito, y a los modos *sincrónicos* con el hablado. Se piensa que el *correo electrónico* presenta las características de la expresión escrita, mientras que las conversaciones del *chat*, las de la oral coloquial, estas últimas siendo más fluidas, interactivas, fragmentarias y espontáneas. Aunque se pueda dar, además, cierta mezcla de temas e intervenciones, es importante mencionar que, frente a los modelos iniciales de *chat*, las plataformas actuales permiten la inserción de las respuestas justo después del comentario al que se le quiere contestar, con lo cual la falta de estructuración sintáctica y la ambigüedad de la conversación quedan reducidas considerablemente.

El *chat asincrónico*, que es el que nos interesa principalmente en las plataformas que representan el objeto de nuestro estudio, ha desarrollado en las nuevas redes diferentes estrategias para evitar la ambigüedad creada por el fenómeno que acabamos de mencionar. Entre estas se encuentra la *citación* del mensaje al que uno quiere responder (Herring 1999), muy propia de los *foros* tradicionales o de plataformas como WhatsApp y Telegram. Otro recurso de este tipo es el *tag* o la *mención*, que incluye en el texto del mensaje el nombre de usuario de la persona a la que el participante se le dirige, para que esa pueda verlo con rapidez, mediante el enlace que se crea automáticamente con su perfil. A la vez, las opciones *share* (*compartir*) en Facebook y *retuittear* en Twitter, que copian la publicación difundida por otro internauta y le ofrecen al usuario la opción de añadirle un comentario y publicarla en su perfil, tienen igualmente la función de eliminar la ambigüedad originada por la cantidad de publicaciones a la que uno se enfrenta en el ámbito *online*, y evitan la redacción de explicaciones innecesarias. Este último aspecto mencionado se refiere también a la *reciprocidad* del ámbito virtual, que consiste en la intención de compartir con los demás el conocimiento, dado que se realiza a menudo el enlace del contenido con otros contenidos similares (Mancera Rueda y Pano Alamán

BDD-V5048 © 2019 Casa Cărții de Știință
Provided by Diacronia.ro for IP 18.97.9.169 (2026-09-09 00:13:30 UTC)

2013, 21). El dinamismo dialogal del ámbito electrónico hace que los internautas compartan, según las mismas autoras, el *compromiso mutuo* de „conectar con sentido las contribuciones y los conocimientos de los demás", y el uso de un *catálogo compartido* de „palabras prácticas, hábitos, herramientas y formas de hacer cosas, historias, gestos y símbolos".

Antes de concluir este apartado, deseamos subrayar de nuevo el hecho de que las dos dicotomías que se suelen mencionar por la mayoría de los investigadores, es decir la *oralidad-escritura* (el lenguaje de las redes se suele definir comparándolo con el escrito o el oral) y la *sincronía-asincronía*, se tienen que superar, según Ana Pano Alamán (2008). La autora indica el hecho de que no son tan relevantes los ragos de la escritura en lo oral o los de lo oral en lo escrito, y que no se trata tanto de la imitación de una modalidad escrita o hablada en un tipo particular de discurso electrónico, sino que este último viene determinado principalmente por „la manera en que el emisor-destinatario construyen la interacción en términos de alternancia de turno y de negociación del discurso, por ejemplo, acercan el intercambio a una conversación o a un diálogo" (*Ibidem*, 23). Ella menciona que las construcciones breves, las repeticiones y la estructura desordenada acercan efectivamente, el lenguaje virtual a la expresión oral, pero, aun así, el grado de espontaneidad es menor que en el caso del lenguaje hablado (*Ibidem*, 23). Igualmente, las funciones fática y metacomunicativa aparecen en menor grado en la escritura, porque „no forman parte natural de la escritura" y porque „la mayoría de las personas no son conscientes de que las usan o de lo frecuentemente que las usan en la conversación cotidiana" (Crystal 2002, 45, *apud* Pano Alamán 2008, 24). La autora concluye que

> „es preferible abordar este tipo de interacciones desde un modelo teórico que supere la dicotomía oral-escrito y que se concentre en cambio en aspectos como la secuencialidad, la actividad, la co-construcción del discurso y la reflexividad entre discurso y contexto, en el marco de un enfoque dialogista" (Linell 1998, *apud* Pano Alamán 2008, 26).

Algo parecido afirma Joan Mayans i Planells (2002, 41), cuando habla del *chat*:

> „las comparaciones con los registros habituales, el escrito y el oral, resultan provechosas. Pero no estamos hablando de un género que sea la fusión directa de ambos. Al contrario: consideramos que las características externas e internas del género chat nos empujan a considerarlo un género en sí mismo, que podemos analizar a la luz de los registros oral y escrito, pero que solo podremos comprender si lo utilizamos durante un tiempo determinado".

Según este autor, „La tradicional caracterización distante del texto escrito se diluye ante la poca elaboración de las frases y lo instantáneo de su

BDD-V5048 © 2019 Casa Cărții de Știință
Provided by Diacronia.ro for IP 18.97.9.169 (2026-09-09 00:13:30 UTC)

llegada al o a los receptor/es", puesto que „el sistema de argumentación es más similar al de una conversación oral: el contenido se improvisa más, se distribuye fragmentado" (*Ibidem*, 42–43). Sin embargo, él también menciona que „El mero hecho de escribir – más que escribir, teclear – las intervenciones, les confiere una reflexividad, distanciamiento y estructuración muy superiores a las del registro oral" (*Ibidem*, 43–44).

En cuanto a la superación de la segunda dicotomía, tenemos que indicar que las plataformas que se suelen utilizar hoy en día con frecuencia no obedecen fielmente a la distinción *sincrónico-asincrónico*. En otras palabras, nosotros nos interesamos por mensajes públicos disponibles en grupos y perfiles privados de Facebook, Twitter, Instagram y Tinder, que forman parte, en principio, de las producciones *asincrónicas*, puesto que las intervenciones se guardan en dichas plataformas incluso en el caso de los grupos de conversación de Facebook, son disponibles para respuestas y modificaciones ulteriores y presentan un grado de planificación mayor que en el caso del *chat sincrónico* prototípico. Sin embargo, la comunicación en dichas plataformas tiene igualmente rasgos propios de los modos *sincrónicos*, como es el dinamismo de las conversaciones de grupo, que muchas veces impone cierta prontitud a la hora de responder, dado que es posible que el tema debatido no sea de interés dentro de un tiempo.

La falta de la linealidad de las conversaciones de grupo también hace que esas se parezcan a los modos *sincrónicos*, pero las plataformas estudiadas han introducido, a lo largo del tiempo, modalidades de insertar la respuesta en la parte de la conversación deseada por el usuario. Por lo tanto, el aspecto de la conversación no es el mismo que en los *chats* tradicionales, sino que presenta un mayor grado de estructuración y de coherencia. Sin embargo, los mensajes de dichos grupos tampoco respetan, en muchos de los casos, la estructura tradicional de los mensajes de los *foros* o del *correo electrónico*, siendo más breves, elípticos y dejando que mucha información se obtenga solo mediante un proceso inferencial. En conclusión, aplicaciones como Facebook, Twitter e Instagram, y no solamente estas, son tipos *híbridos* de *chat*, según opinan Susan Herring y Jannis Androutsopoulos (2015), que combinan las conversaciones espontáneas de grupo, los mensajes privados y también las publicaciones *asincrónicas* del muro de cada perfil personal. En otras palabras, el hecho de que las aplicaciones actuales alberguen varios *modos* hace que las fronteras entre esos se borren, que dejen de ser muy bien delimitados (Baron 2010, 2).

Resulta igualmente interesante el estatuto que las *intervenciones monologales* han cobrado con la difusión de las plataformas de la Web 2.0. Las redes han promovido mucho la creación de una identidad en la red mediante los datos personales y las publicaciones que uno puede transmitir a través de su perfil privado. Por lo tanto, los textos monologales, que no

BDD-V5048 © 2019 Casa Cărții de Știință
Provided by Diacronia.ro for IP 18.97.9.169 (2026-09-09 00:13:30 UTC)

siempre requieren respuesta pero que llaman la atención de los demás sobre la propia persona, representan un tipo de contenido que se ha ido difundiendo excesivamente. El dialogismo propio de las redes sociales consiste en „«un tipo de interacción entre personas a través de medios simbólicos»", que estriba en „«acciones comunicativas que están orientadas hacia el otro […] aunque ese otro no esté copresente»" (Linell 1998, 34–35, *apud* Pano Alamán 2008, 38). Por consiguiente, afirma Ana Pano Alamán (2008, 38) que el dialogismo integra también el monólogo, que también se le dirige al otro, aunque de una forma indirecta y, tenemos que añadir, muchas veces más elaborada sintácticamente.

No se puede pasar desapercibido tampoco el hecho de que las plataformas en sí, en función de su propósito y del tipo de comunicación que promuevan, condicionan la forma y el contenido de los textos redactados, como también su difusión. Por ejemplo, Twitter impone un límite de caracteres, mientras que Snapchat borra los mensajes a corto tiempo después de su transmisión, obligando al usuario a estar pendiente de ellos.

Las *pausas* o el tiempo que se demora en contestar a un mensaje pueden constituir también un aspecto problemático en la comunicación, dado que pueden incluso influir en las relaciones entre los usuarios. Por ejemplo, es posible que esas generen dudas en el interlocutor respecto a la causa que las originan: es difícil determinar si se trata de una actitud hostil frente a lo comunicado anteriormente, de un problema técnico (Crystal 2004, 32; Herring 1999), de una interrupción momentánea causada por el entorno físico del interlocutor o simplemente del hecho de estar agobiado por la cantidad de mensajes a los que les tiene que contestar (Herring 1999; Herring y Androutsopoulos 2015, 137). Aplicaciones como Messenger, Telegram, WhatsApp, Tandem han intentado ayudar a los usuarios al respecto, introduciendo símbolos, como son las distintas marcas que aparecen al lado del mensaje transmitido, que cambian de aspecto para indicar que el interlocutor ha recibido o leído el mensaje. El mismo propósito de asegurar al internauta de que el interlocutor está pendiente de la conversación lo tiene el sonido, acompañado por el indicador (en forma de texto o símbolo), que señala el hecho de que este está redactando un texto.

El discurso virtual es igualmente *multimodal*, puesto que la transmisión de mensajes implica también otros canales que el texto escrito, como son por ejemplo los recursos gráficos en forma de *emoticonos*, *emojis*, *gifs*, *memes*, todos estos representando emociones humanas y distintas actitudes, con el propósito de reemplazar elementos gestuales y paraverbales (Herring y Androutsopoulos 2015, 141–142). De la misma forma, el texto escrito puede incluir a menudo símbolos, números y letras de otros sistemas de escritura, en el intento del internauta de transmitir ideas de una forma original y concisa (*Ibidem*, 141–142).

BDD-V5048 © 2019 Casa Cărții de Știință
Provided by Diacronia.ro for IP 18.97.9.169 (2026-09-09 00:13:30 UTC)

En conclusión, todas las características ilustradas representan aspectos a través de los cuales la tecnología determina la creación de la variedad de lenguaje propia del ámbito virtual. Se piensa, en general, que la CMO es menos correcta, compleja y coherente que la expresión escrita estándar (Herring 2001, 616) pero no por eso es menos relevante para los internautas, puesto que es su afecto el que la determina y la modela en primer lugar.

Bibliografía

Baconschi, Teodor (2015). *Facebook: fabrica de narcisism*. București: Humanitas.
Bădău, Horea Mihai (2011). *Tehnici de comunicare în social media*. Iași: Polirom.
Baron, Naomi S. (2010). Discourse Structures in Instant Messaging: The Case of Utterance Breaks. En *Language@Internet,* nº. *7*, 1–32.
Castells, Manuel (2001). *La Galaxia Internet*. Barcelona: Editorial Areté.
Crystal, David (2004). *Language and the Internet*. Cambridge: Cambridge University Press.
Del Fresno García, Miguel, Alan J. Daly y Jonathan Supovitz (2015). Desvelando climas de opinión por medio del Social Media Mining y Análisis de Redes Sociales en Twitter. El caso de los Common Core State Standards. En *REDES -Revista hispana para el análisis de redes sociales*, nº. 1, 53–75.
Eisenlauer, Volker (2013). *A Critical Hypertext Analysis of Social Media: The True Colours of Facebook*. Londra: Bloomsbury Publishing Plc.
Gaviño Rodríguez, Victoriano (2008). *Español coloquial. Pragmática de lo cotidiano*. Cádiz: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cádiz.
Herring, Susan C. (1999). Interactional Coherence in CMC. En *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol. 4, [Online] Consultado el 09.05.2019 Disponible en: https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.1999.tb00106.x.
Herring, Susan C. (2001). Computer-Mediated Discourse. En Deborah Schiffrin, Deborah Tannen y Heidi E. Hamilton (eds), *The Handbook of Discourse Analysis*, Oxford: Blackwell Publishers Ltd, 612–634.
Herring, Susan C. (2010). Computer-Mediated Conversation: Introduction and Overview. En *Language@Internet*, nº 7., 1–12.
Herring, Susan C. y Androutsopoulos, Jannis (2015). Computer-Mediated Discourse 2.0. En Deborah Tannen, Heidi E. Hamilton y Deborah Schiffrin (eds), *The Handbook of Discourse Analysis*, Oxford: John Wiley & Sons, 127–151.
Mancera Rueda, Ana y Pano Alamán, Ana (2013). *El discurso político en Twitter*. Barcelona: Anthropos Editorial.
Mayans i Planells, Joan (2002). *Género Chat. O Cómo la etnografía puso un pie en el ciberespacio*. Barcelona: Gedisa Editorial.
Pano Alamán, Ana (2008). *Dialogar en la Red. La lengua española en chats, e-mails, foros y blogs*. Bern: Peter Lang.
Yus Ramos, Francisco (2010). *Ciberpragmática 2.0. Nuevos usos del lenguaje en Internet*. Barcelona: Ariel.

BDD-V5048 © 2019 Casa Cărții de Știință
Provided by Diacronia.ro for IP 18.97.9.169 (2026-09-09 00:13:30 UTC)