

ADAPTACIÓN Y VARIACIÓN EN LA COMUNICACIÓN DIGITAL: LOS MARCADORES DISCURSIVOS EN LAS REDES

Ana Pano Alamán 

Università di Bologna
Bologna, Italia

RESUMEN

En este artículo sobre las estrategias de adaptación lingüística adoptadas por los hablantes en las redes sociales, se presentan los resultados de un análisis cuantitativo-cualitativo comparado de la presencia y funciones de los marcadores discursivos del español peninsular en Instagram, Facebook, X y YouTube. El objetivo de este estudio, centrado en un corpus de comentarios y respuestas publicados como reacción a un conjunto de mensajes multimodales, es identificar los principales marcadores empleados en las cuatro plataformas y determinar en qué medida su empleo responde a la adaptación de los usuarios a la situación comunicativa (variación diafásica). Para ello se tienen en cuenta las posibilidades (*affordances*) multimodales y tecnológicas de estas redes y los parámetros sociosituacionales que caracterizan la interacción en estos entornos. El análisis señala que, en todas las redes, los hablantes seleccionan pocos marcadores polifuncionales, como *pero*, *pues* y *claro*, cuyos usos son frecuentes en la variedad concepcional de la lengua hablada. Estas partículas permiten comentar de forma inmediata las noticias que se publican, modular la fuerza ilocutiva del enunciado, expresar acuerdo o desacuerdo respecto a lo dicho y negociar la interacción en espacios semióticamente complejos en los que predomina la polémica.

PALABRAS CLAVE: redes sociales, marcadores discursivos, registro coloquial, adaptación.

ADAPTATION AND VARIATION IN DIGITAL COMMUNICATION:
DISCURSIVE MARKERS ON SOCIAL MEDIA

ABSTRACT

In this paper on the linguistic adaptation strategies adopted by users on social media, we present the results of a comparative quantitative-qualitative analysis of the presence and functions of Peninsular Spanish discourse markers on Instagram, Facebook, X, and YouTube. The objective of this study, focused on a corpus of comments and replies to multimodal content, is to identify the main markers used on the four platforms and to determine to what extent their use responds to users' adaptation to the communicative situation (diaphasic variation). To do so, we take into account the multimodal and technical affordances of these platforms and the socio-situational parameters that characterise interaction in these environments. The analysis suggests that, on the social networks considered, speakers frequently use a small number of polyfunctional markers, such as *pero*, *pues* and *claro*, which are mostly used in the informal register. These allow speakers to react immediately to the news published on the platforms, modulate the illocutionary force of the utterance, express agreement or disagreement with what was previously said, and negotiate interaction in semiotically complex spaces where controversy predominates.

KEYWORDS: social network sites, discursive markers, informal register, adaptation.

DOI: <https://doi.org/10.25145/j.refiull.2026.52.06>

REVISTA DE FILOLOGÍA, 52; junio 2026, pp. 149-181; ISSN: e-2530-8548

[Licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial 4.0 Internacional \(CC BY-NC-ND\)](#)



1. INTRODUCCIÓN

Las investigaciones sobre la comunicación digital en lengua española (Yus Ramos, 2011; Giammatteo *et al.*, 2017; Mancera Rueda y Pano Alamán, 2020; Placencia y Parini, 2024, entre otros) han señalado que los parámetros tecnológicos (interfaces, dispositivos multimodales) y sociosituacionales (relación entre interlocutores, temática, anclaje temporal) de la interacción que tiene lugar en diferentes plataformas y aplicaciones digitales determinan en buena parte las estrategias adoptadas por los hablantes en dichos contextos para comunicar de forma eficaz. Desde este enfoque, se ha observado que los elementos lingüísticos prototípicos de la modalidad oral coloquial de la lengua (Mancera Rueda y Pano Alamán, 2013; Briz Gómez, 2014), en los planos ortográfico, morfosintáctico y léxico, son numerosos en los mensajes que se publican en estos entornos, lo que sitúa este tipo de interacciones en el polo de la inmediatez comunicativa (Koch y Oesterreicher, 2007[1990])¹.

Sin embargo, la lengua en estos contextos es más heterogénea de lo que puede parecer *a priori*, en la medida en que los rasgos apuntados, asociados a la modalidad (registro) coloquial, pueden variar a lo largo de una misma interacción o en función de la plataforma o aplicación utilizados, incidiendo en las estrategias de adaptación comunicativa de los participantes en la interacción. Por ejemplo, en el correo electrónico se combinan estrategias propias tanto de la inmediatez como de la distancia comunicativa, de acuerdo con el carácter público o privado del intercambio, el grado de intimidad entre los interlocutores, el nivel de anclaje de la enunciación en el contexto situacional o el grado de dialogicidad (Vela Delfa, 2021). En X (Twitter), las circunstancias comunicativas, entre las que destaca un alto grado de interacción, propician el uso de variantes diafásicamente marcadas que «entrañan una mimesis de la oralidad» (Estrada Arráez y de Benito, 2016, p. 84). En todo caso, como señala Sánchez-Saus (2023, p. 403), aunque los grados de privacidad, familiaridad, referencialización y dialogicidad tienden en el microblog hacia «el extremo de la cercanía comunicativa», algunos rasgos analizados por la autora alejan este tipo de interacción de la conversación coloquial.

Los estudios sobre la comunicación digital en español realizados desde esta perspectiva variacionista se han ocupado de los marcadores discursivos en foros

¹ El modelo de Koch y Oesterreicher (2007 [1990]) permite situar las distintas modalidades de uso de la lengua en un continuo delimitado por dos polos a los que denominan inmediatez y distancia comunicativa, en función de parámetros como el carácter público o privado del discurso en función del número de interlocutores; el grado de intimidad que exhiben, dependiendo de la experiencia comunicativa previa y del conocimiento mutuo; el nivel de participación emocional; el grado de dialogicidad o la posibilidad y frecuencia con la que los interlocutores asumen el papel de locutor, entre otros (Koch y Oesterreicher, 2007 [1990]). Algunos de los parámetros de este modelo se corresponden a los planteados por el grupo [Val.Es.Co.](#) (Briz Gómez, 2014) en su caracterización de los rasgos de la conversación oral coloquial. Por ejemplo, la relación de igualdad social o funcional entre los interlocutores, la relación vivencial de proximidad, la cotidianidad temática de la interacción, la planificación sobre la marcha o el fin interpersonal, entre otros, son rasgos situacionales que definen al prototipo de lo coloquial.

de debate, comentarios en la prensa digital y redes sociales, teniendo en cuenta en algunos casos el carácter más o menos formal / informal o coloquial de los mensajes (Sal Paz, 2007; Pano Alamán, 2015, 2020; Padilla Herrada, 2016). Adoptando este enfoque, el objetivo de este estudio es ampliar la investigación sobre los marcadores discursivos en redes sociales, atendiendo a las estrategias de adaptación lingüística de los hablantes a la situación comunicativa. El análisis cuantitativo-cualitativo comparado de un corpus de comentarios de Facebook, X, Instagram y YouTube, busca dar respuesta a: 1) ¿Qué marcadores seleccionan los hablantes del español peninsular en la interacción en estas redes? y 2) ¿Responde esta selección a estrategias de adaptación a la situación comunicativa? En este sentido, se analiza el empleo de estas partículas en relación con la variación diafásica (registro), teniendo en cuenta la influencia de los parámetros tecnológicos y sociosituacionales asociados a cada plataforma.

2. ADAPTACIÓN LINGÜÍSTICA Y ENTORNOS DIGITALES

La adaptación y la adaptabilidad son fenómenos que se manifiestan en la lengua en relación con el eje variacional, por ejemplo, en situaciones de contacto entre lenguas o en contextos comunicativos como son las actuales plataformas y aplicaciones digitales, objeto del presente estudio. Adaptarse al contexto situacional, al canal o al registro empleado por el interlocutor o interlocutora supone adoptar ciertas estrategias lingüísticas para alcanzar determinados objetivos comunicativos en ese contexto. De hecho, la adaptabilidad, presente en todos los aspectos del uso del lenguaje (Verschueren y Brisard, 2002), permite a los hablantes participar en prácticas discursivas que inciden en la negociación y construcción de sus objetivos de comunicación.

De acuerdo con este enfoque pragmático, cabe recordar que, en el uso de la lengua, los fenómenos interrelacionados de la variabilidad, la negociabilidad y la adaptabilidad guían las elecciones lingüísticas de los hablantes. El primero hace referencia a la gama de posibilidades que ofrece una lengua y que es posible seleccionar en la comunicación, mientras que el segundo explica que dicha selección se lleva a cabo en función de principios y estrategias flexibles que el hablante y el oyente negocian durante la interacción (Verschueren y Brisard, 2002, pp. 115-116). La adaptabilidad, fenómeno que incluye a los precedentes, es «the property of language which enables human beings to make negotiable linguistic choices from a variable range of possibilities in such a way as to approach points of satisfaction for communicative needs» (Verschueren, 1999, p. 61). Asimismo, permite a las personas elegir determinadas realizaciones lingüísticas teniendo en cuenta la situación comunicativa en la que participan y las prácticas sociodiscursivas en las que están involucradas, de ahí que se centre en las respuestas adaptativas creativas de los hablantes a diferentes circunstancias sociales, materiales y técnicas.

Los estudios recogidos en Virtanen (2017) exploran la adaptabilidad en contextos de comunicación digital, tal y como se manifiesta en la elección de ciertos elementos lingüísticos como, por ejemplo, la partícula *oops* en blogs divulgativos en inglés (Lutzky y Kehoe, 2017) o los mecanismos de autorreferencia como la



mención (@usuario), empleado estratégicamente por los políticos belgas y españoles en Twitter (X) (Coesemans y De Cock, 2017). Evitando el determinismo tecnológico (Bolander, 2020), estos análisis consideran el impacto que tienen las posibilidades tecnológicas y sociosituacionales de cada plataforma y su influencia sobre el proceso de adaptación lingüística. El medio empleado pone a disposición un cierto número de posibilidades multimodales y técnicas que pueden influir en las elecciones de los hablantes quienes, a su vez, contribuyen a transformar el medio utilizado en función de sus prácticas sociocomunicativas y de sus objetivos personales y colectivos.

En el estudio de la adaptación en la comunicación digital juega un papel fundamental el concepto de *affordance* (Hutchby, 2001), entendido como posibilidad para realizar una acción. El concepto no se refiere solamente a las acciones posibles que un usuario puede llevar a cabo con una determinada tecnología (dispositivo, programa, interfaz), sino también a cómo este percibe los elementos tecnológicos y multimodales de ese entorno comunicativo y la manera de utilizarlos; el concepto se relaciona así con el grado de complementariedad interactiva entre las oportunidades y limitaciones que ofrecen las tecnologías y lo que los usuarios hacen con ellas. Desde esta perspectiva, la investigación ha prestado atención a las posibilidades de cada contexto como herramientas analíticas. Por ejemplo, Engebretsen (2007, en Virtanen, 2017, p. 23) distingue en las noticias digitales dos tipos de *affordances* interrelacionados: materiales, que incluyen recursos tecnológicos y semióticos, y sociales, que se refieren a las convenciones socioculturales y aspectos situacionales que entran en juego en el desarrollo del género que explora. Desde este enfoque observa, por un lado, una convergencia de prácticas comunicativas llevadas a cabo en medios diferentes que son similares y familiares o convencionales para los hablantes; por otro, una divergencia, que se manifiesta en las prácticas discursivas innovadoras que surgen de la adaptación a nuevas posibilidades comunicativas (véase Herring *et al.*, 2013).

Asimismo, Bach (2018) ha destacado que la adaptación a la interfaz y a los dispositivos multimodales de Whatsapp y a una situación marcada por la necesidad de obtener una respuesta inmediata influyen en la adopción de usos ortográficos creativos por parte de los hablantes. Como recuerdan Cantamutto y Vela Delfa (2020), los géneros del discurso digital están en constante evolución debido a los ajustes que se realizan en los sistemas y aplicaciones y a la adaptación de los usuarios a dichos sistemas. En este proceso observan cómo en las prácticas comunicativas en las redes sociales se produce una tendencia simultánea a la economía, la expresividad y la claridad que generan lo que llaman el «texto breve», cuya forma está determinada por el grado de publicidad/privacidad del intercambio, el límite en la extensión de los mensajes y el dispositivo empleado. Respecto al concepto de adaptabilidad en los entornos digitales, Hidalgo Downing (2020) afirma que esta responde no solo a las posibilidades y límites que ofrece el entorno (*affordances*), sino también al *locus* (contexto), al dinamismo comunicativo (procesos) y a las audiencias (participantes). Mediante la aplicación de estos parámetros al análisis del estilo adoptado por los hablantes en las reseñas de TripAdvisor, la autora muestra que las empresas hoteleras se dirigen al cliente a través de un registro formal, que contrasta con el de las reseñas, cuyo estilo informal presenta mayor variación.



3. MARCADORES DISCURSIVOS EN EL DISCURSO DIGITAL EN ESPAÑOL

Uno de los primeros estudios sobre la presencia de marcadores en el discurso digital en español (Gómez Torrego, 2001) destacaba que en el correo electrónico era frecuente el uso de «conectores anafóricos» como *claro que sí, bueno, bien*, que permitían a los hablantes gestionar la interacción comunicativa de forma eficaz. Respecto al empleo de *pues, pero y bueno* en el chat, un análisis posterior (López Quero, 2007) subraya también su naturaleza polifuncional: *pues* suele iniciar la respuesta a una pregunta adquiriendo un valor intensificador, aunque puede tener también un valor continuativo cuando expresa acuerdo o desacuerdo con el interlocutor; *pero*, seguido de *si (pero si)*, presenta un valor modal de sorpresa o contrariedad; *bueno* adquiere, en cambio, un valor metadiscursivo de preclusión, que permite atenuar el desacuerdo. En otro trabajo centrado en el empleo de *venga* en foros de debate y chats, el mismo autor afirma que este marcador conversacional aparece en esos entornos para marcar la modalidad deóntica volitiva, expresar la metadiscursividad y el enfoque de la alteridad (López Quero, 2010).

La presencia y función de los marcadores discursivos en español se han analizado también en foros de debate especializados. Como señala Landone (2012), los parámetros tecnológicos, como la posibilidad de responder a otro interlocutor usando un botón de respuesta, favorecen el uso de las partículas interactivas y reactivas, mientras que los factores situacionales, como el grado de fijación temática, obligan a presentar los propios argumentos de forma elaborada, mediante estructuradores de la información y marcadores metadiscursivos próximos al polo de la distancia. No obstante, apunta que los del primer tipo (*bueno, mira*) son más frecuentes y presentan mayor versatilidad, puesto que, en el mismo contexto, modulan la fuerza ilocutiva en los actos asertivos, estructuran la conversación y negocian el desacuerdo. De forma similar, Sal Paz (2007) observa que, en los comentarios en la prensa digital argentina, son frecuentes los conectores que no solo tienen funciones de cohesión sino que adquieren también valores modales frecuentes en la conversación oral coloquial. Al ser textos argumentativos, destacan los conectores contrargumentativo (*pero*), consecutivo (*entonces*) y aditivo (*incluso*), un aspecto que se observa también en Pano Alamán (2015). En los comentarios en la prensa española y argentina, estas partículas se combinan con *bueno y hombre*, cuya función es prevalentemente reactiva o interactiva, al estar más presentes en las réplicas a otros comentarios en el mismo espacio.

Respecto a su empleo en blogs personales (Garcés Gómez, 2024), se ha destacado que, en la interacción directa entre autor del blog y usuarios a través de los comentarios, el discurso presenta un menor grado de planificación que puede explicar el empleo de *bueno o digo*, más frecuentes en el polo de la inmediatez. Al contrario, en los blogs profesionales, cuyo registro es más formal, son frecuentes los reformuladores *mejor dicho* o *más bien*, propios de la distancia comunicativa. A partir de estos datos, la autora concluye que los blogueros o quienes comentan sus entradas:



no muestran la necesidad de utilizar diferentes marcadores discursivos para evitar la repetición de la misma partícula, tal como se puede encontrar en los textos escritos más elaborados, por lo que el empleo de estos signos lingüísticos para señalar estas relaciones queda restringido a un número limitado de marcadores que desempeñan distintas funciones discursivas, según el contexto y la situación comunicativa. (Garcés Gómez, 2024, p. 8)

En cuanto a su empleo en las redes sociales, los análisis se han centrado en X (Twitter). Por ejemplo, Loredó y Picone (2012) exploran el valor de suposición, concesión e ironía del marcador *ponele*, frecuente en el español de Argentina. El análisis de *ahora con verba dicendi* en un corpus de tuits (López Quero, 2019) apunta que el deíctico temporal puede incluirse junto a *ahora bien* entre los marcadores contraargumentativos más empleados en el microblog. Y Padilla Herrada (2016) indaga sobre partículas como *¿verdad?* y *¿no?*, utilizadas por políticos, periodistas y ciudadanos en Twitter, que permiten modular el grado de cooperación o conflicto entre los hablantes en un tipo de interacción marcado por la inmediatez comunicativa.

Otras investigaciones se han ocupado de los usos de partículas coloquiales como *tipo* en memes argentinos (De Luca, 2021), mientras que, desde una perspectiva comparada de distintas plataformas y aplicaciones, se han explorado *¿hola?* como operador de desacuerdo (Moreno Benítez, 2019) y *de verdad*, que adquiere un valor modal en Facebook y YouTube (Padilla Herrada, 2019). Otro análisis comparado sobre los marcadores que se utilizan en Facebook, X (Twitter) y YouTube (Pano Alamán, 2020), muestra que los más frecuentes, *pero*, *pues* y *claro*, adquieren distintos valores discursivos y aparecen en enunciados asertivos que, por sus rasgos coloquializadores, se sitúan en el eje de la inmediatez.

Respecto a los estudios sobre el empleo de estas partículas en entornos digitales, este análisis plantea un enfoque poco explorado aún en el que se comparan diversas plataformas desde la óptica de la adaptación a los parámetros tecnológicos y sociosituacionales.

4. METODOLOGÍA Y CORPUS

Como ya se ha señalado, este estudio analiza el despliegue de procesos adaptativos en la interacción, considerando un elemento lingüístico específico (marcadores discursivos) y su contexto de ocurrencia (redes sociales). Para identificar los marcadores discursivos empleados, se adopta la propuesta de Martín Zorraquino y Portolés Lázaro (1999), atendiendo a las instrucciones semánticas y pragmáticas que estas partículas vehiculan en el discurso. El análisis se apoya también, en parte, en las definiciones recogidas en el *Diccionario de partículas discursivas del español* (Briz Gómez *et al.*, 2008) y en el *Diccionario de conectores y operadores del español* (Fuentes Rodríguez, 2009). Asimismo, para determinar sus funciones según su posición en el continuo entre inmediatez y distancia comunicativa, se siguen los planteamientos de López Serena y Borreguero Zuloaga (2010), quienes apuntan a una especialización entre los marcadores por lo que se refiere a su aparición en el discurso oral



o escrito, si bien sugieren considerar la oposición hablado / escrito como distinción gradual teniendo en cuenta la concepción medial subyacente a un enunciado y al modo en que se verbaliza (López Serena y Borreguero Zuloaga, 2010, p. 338). De acuerdo con esta distinción, proponen tres macrofunciones: interactiva, metadiscursiva y cognitiva².

El corpus del estudio está formado por un total de 8000 mensajes (133 963 palabras) publicados en Facebook, Instagram, X y YouTube, como reacción (comentarios y respuestas) a 20 mensajes multimodales publicados en esas plataformas por los medios españoles *El País*, *El Mundo*, *Cadena Ser*, *El Plural*, *El Confidencial*, *Europa Press*, *El Independiente*, *Huffington Post*, *Eldiario* y *Libertad Digital*. El contenido de las noticias está relacionado con los escándalos de corrupción destapados en los partidos españoles PSOE (Partido Socialista Obrero Español) y PP (Partido Popular) entre junio y agosto de 2025, lo que garantiza la coherencia temática interna del corpus. Para comparar los datos, se han seleccionado aleatoriamente los primeros 2000 comentarios y respuestas publicados en cada una de las redes, estableciendo, de este modo, cuatro subcorpus (FB, X, IG, YT), como recoge la tabla 1.

TABLA 1. DISTRIBUCIÓN NÚMERO DE MENSAJES EXTRAÍDOS POR RED SOCIAL, NÚMERO DE TOKENS / PALABRAS				
FACEBOOK (FB)	X	INSTAGRAM (IG)	YOUTUBE (YT)	TOTAL
2000 comentarios	2000 respuestas	2000 respuestas	2000 comentarios	8000 mensajes
42306 tokens	38183 tokens	30089 tokens	52747 tokens	163325 tokens
36453 palabras	29871 palabras	23854 palabras	43785 palabras	133963 palabras

Los mensajes fueron extraídos automáticamente entre el 28 de julio y el 2 de agosto de 2025 con la herramienta ExportComments a través del enlace (URL) del vídeo o de la noticia publicados en las cuentas y perfiles de los medios indicados. En este trabajo se han eliminado los nombres de usuario de los autores de los mensajes por cuestiones de privacidad y se ha optado por reproducir el texto y los emojis de los mensajes tal y como aparecen en las redes. Para el análisis cualitativo-cuantitativo basado en corpus se ha utilizado la plataforma de gestión de corpus *Sketch Engine*. Para extraer las listas de los marcadores formados por una palabra o por más

² Los marcadores que desempeñan la macrofunción interactiva, prototípicos de la inmediatez comunicativa, señalan una reacción del hablante respecto a lo dicho previamente por el interlocutor; la metadiscursiva, macrofunción que puede darse en discursos propios tanto de la inmediatez como de la distancia comunicativa, hace referencia a los marcadores que ordenan y estructuran el discurso señalando la relación entre el hablante y su enunciado en la fase de planificación. Por último, la cognitiva se relaciona con los marcadores empleados en discursos conceptualmente escritos, aunque no de forma exclusiva, que señalan las relaciones lógico-argumentativas establecidas entre los contenidos proposicionales del texto, entre los contenidos del discurso y los conocimientos compartidos por los participantes en la interacción, o entre el contenido textual y la actitud del hablante (López Serena y Borreguero Zuloaga, 2010, pp. 351-352).



palabras (locuciones), que aparecen con mayor frecuencia en los cuatro subcorpus, se han empleado las funciones *Wordlist* y *N-gram*; el análisis de los marcadores en su contexto de aparición se ha realizado con la función *Concordance*.

De acuerdo con la metodología adoptada, se describen aun brevemente las posibilidades tecnológicas (*affordances*) y los parámetros sociosituacionales de las cuatro redes consideradas. Por cuestiones de espacio, el análisis tiene en cuenta solo algunos parámetros: por un lado, el formato y el modo de visualización (anidada o llana) de los mensajes en cada plataforma; por otro, el grado de implicación emocional regido por el objeto de la comunicación (expresividad) y el grado de dialogicidad, determinado por la posible alternancia de papeles entre emisor y receptor.

Un aspecto que tienen en común es que en estas redes suelen instaurarse dinámicas interactivas entre usuarios desconocidos o entre usuarios habituales que se (re)conocen en ese contexto. Ambos publican contenidos multimodales (texto, vídeo, imagen, enlaces) para informar u opinar sobre cualquier tema ante su audiencia imaginada en la plataforma. La interacción viene facilitada por dispositivos que alimentan constantemente la reacción (*me gusta, compartir, comentar, responder*) de los usuarios ante esos contenidos y que se encuentran en las cuatro redes con formas y funciones similares. Si el tema genera controversia, como es el caso de la corrupción política, los numerosos comentarios relacionados con el mensaje inicial pueden recibir a su vez reacciones y respuestas, lo que permite instaurar interacciones polilógicas de muchos a uno, de uno a uno o de muchos a muchos. Estos son, de hecho, espacios en los que se produce un alto grado de dialogicidad, debido a la facilidad y rapidez con que se puede participar en la interacción y expresar la propia opinión en torno a cuestiones polémicas de actualidad (Mancera Rueda y Pano Alamán, 2020). El objetivo compartido es participar en un espacio público en el que distintas voces se superponen en torno a un mismo tema. Cada uno aporta su punto de vista teniendo en cuenta el contenido que antecede en la secuencia o bien ignorándolo. Se trata de un discurso colectivo en el que los mensajes se acumulan rápidamente a partir de una primera intervención y en el que se mezclan modos y registros (Mancera Rueda y Pano Alamán, 2013, p. 26).

Las principales diferencias semióticas y técnicas entre estas redes residen en el formato del mensaje y en su visualización. Por ejemplo, en YouTube se publican únicamente vídeos que suelen acompañarse de un título, mientras que en Instagram, X y Facebook es posible publicar mensajes de solo texto o, como es habitual, una combinación de vídeo y texto. La visualización de las reacciones a esos contenidos en forma de *comentario* o de *respuesta* a otro comentario, así como del espacio que el usuario tiene para comentar, son similares en Facebook e Instagram, que pertenecen a la misma compañía (Meta). Como se observa en las figuras 1 y 2³, en las que se

³ Las capturas de pantalla que reproducen las figuras han sido tomadas de las interfaces de Facebook, Instagram, YouTube y X en sus versiones de escritorio, no de las aplicaciones móviles. Si bien los comentarios ocupan mayor espacio en la pantalla del móvil y aparecen debajo del contenido que se comenta, la disposición anidada o llana de los hilos se mantiene con pocas diferencias.





Figura 1. Interfaz mensaje inicial y comentarios en Facebook.
 Fuente: <https://www.facebook.com/watch/?v=682696107999701>.



Figura 2. Interfaz mensaje inicial y comentarios en Instagram.
 Fuente: https://www.instagram.com/p/DK_wCKDqfMe.

reproducen dos publicaciones extraídas del corpus, el mensaje inicial del medio aparece a la izquierda de la pantalla ocupando mayor espacio, mientras que los comentarios que recibe se publican en secuencia a la derecha del vídeo y bajo el texto de la noticia, en vertical. Facebook, que fija la noticia en alto, propone tres opciones para ver los comentarios: *Más relevantes*, *Más recientes* y *Todos los comentarios*; en Instagram, que no fija la noticia, se proponen los modos *Para ti*, *Más recientes* y *Verificados por Meta*. En todo caso, ambas plataformas presentan los comentarios al vídeo del medio en orden secuencial y permiten seguir la «conversación» entre usuarios



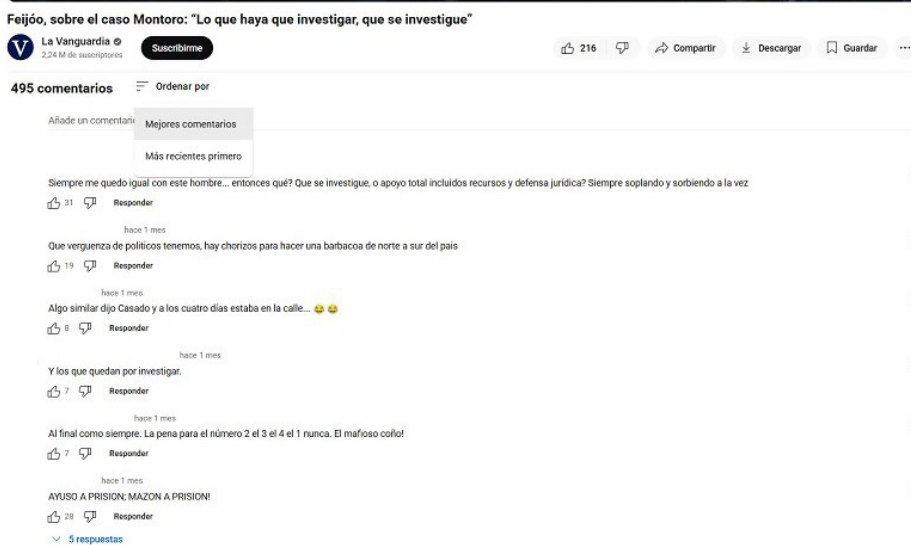


Figura 3. Interfaz vídeo inicial y comentarios en YouTube.
Fuente: https://www.youtube.com/watch?v=TZYuDPo_L30.

y mensaje inicial y entre los mismos usuarios a partir de las respuestas que reciben, como indican «Ver las 33 respuestas» (figura 1) y «Ver las 16 respuestas» (figura 2).

La forma anidada (Sal Paz, 2007) de presentar los dos tipos de mensaje facilita el seguimiento de los movimientos interactivos en ese espacio en dos direcciones: algunos usuarios reaccionan al contenido del mensaje publicado por el medio a través del dispositivo «Escribe o Añade un comentario», mientras que otros responden a uno

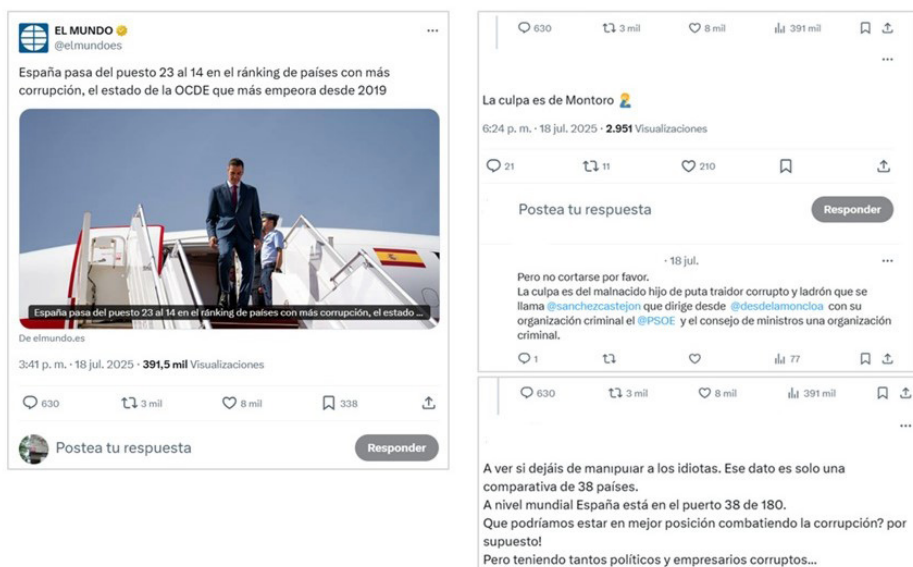


Figura 4. Interfaz tuit inicial y respuestas en X.
 Fuente: <https://x.com/elmundoes/status/1946203648104534344>.

o más comentarios publicados en la secuencia mediante «Responder», generando así diferentes microintercambios en torno al contenido del vídeo.

Esta dinámica se observa también en YouTube, donde los comentarios que recibe el vídeo se muestran en dos modos: *Mejores comentarios* y *Más recientes primero* (figura 3), en secuencia y debajo del vídeo.

Como en Facebook e Instagram, las respuestas a un comentario específico aparecen bajo ese texto, aunque en YouTube se destacan mediante el color azul indicando de forma intuitiva, pero de manera implícita respecto a Facebook e Instagram, que es posible abrir ese enlace para acceder a las respuestas. En este caso, el texto es más escueto, como muestra la indicación «5 respuestas» bajo el último comentario de la figura 3. Como vemos, estas tres redes distinguen formalmente el mensaje iniciativo multimodal, de los comentarios que recibe y de las respuestas que siguen, facilitando su visualización y lectura secuencial en la pantalla con pocas diferencias en términos de posibilidades multimodales. Cabe recordar también que en estas redes no hay un límite de extensión de caracteres, si bien, como se apuntaba, se observa en todas la tendencia a publicar textos breves.

Distinto es el caso de X, donde un tuit, como la noticia de *El Mundo* en la figura 4, puede provocar numerosas respuestas (630 en el ejemplo), que se publican de forma secuencial debajo del tuit, con el mismo formato. Para leer esos mensajes, es necesario hacer clic sobre el bocadillo o globo que aparece entre varias opciones bajo el contenido publicado y escurrir los contenidos en la pantalla, perdiendo de



vista el mensaje inicial. La relación entre este y las respuestas que recibe está marcada por una línea vertical que los conecta, visible en la parte superior izquierda del tuit de respuesta, como se observa en los dos mensajes reproducidos a la derecha en la figura 4. Estas respuestas reciben, a su vez, otras que es posible leer al abrir el globo correspondiente, accediendo a una nueva secuencia o hilo de mensajes. Para recuperar el hilo anterior iniciado por la noticia, es necesario navegar hacia atrás volviendo al tuit inicial, a la primera secuencia de respuestas, de ahí que en X sea más complejo seguir la «conversación» entre usuarios sobre esa noticia.

5. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La extracción de los datos con *Wordlist* y *N-gram* de *Sketch Engine* ha permitido obtener una lista de frecuencias de los marcadores presentes en el corpus general. La figura 5 recoge los que presentan un mínimo de 10 ocurrencias (frecuencia absoluta) en total, distribuidos por red social. Como se puede observar, la presencia de marcadores con al menos 10 ocurrencias en el corpus general es reducida (1569 ocurrencias - 1,17 %), lo que lleva a pensar que su empleo en las redes consideradas en este estudio es limitado.

Los conectores (922 ocurrencias - 0,68 %) y los marcadores conversacionales (341 - 0,25 %) son los más frecuentes y los que presentan mayor variación en el corpus general (v. *pero*, *encima*, *incluso*; *claro*, *bueno*, *vamos*, *hombre*). Se señala, por otro lado, la presencia de estructuradores de la información (252 - 0,18 %), si bien se limitan al uso de *pues* y *por cierto*. Los reformuladores (54 - 0,04 %) tienen, en cambio, una presencia ocasional que se relaciona con el empleo exclusivo de *o sea* y *en fin*. Respecto a los operadores argumentativos, aunque se han extraído algunas ocurrencias del reforzador *en realidad* (2 en YouTube) o del marcador de concreción *por ejemplo* (1, 2 y 2, en Facebook, YouTube e Instagram, respectivamente), no alcanzan las 10 ocurrencias en total.

Pero (768 ocurrencias - 48,9 %)⁴ es la partícula más frecuente en el corpus, seguida de *pues* (222 - 14,1 %) y del marcador de modalidad epistémica *claro* (166 - 10,6 %). En el grupo de conectores aparecen, si bien con menor frecuencia, los aditivos *encima*, *además* e *incluso* y el contraargumentativo *eso sí*. Se señalan también, menos frecuentes aún, *por supuesto*, *bueno*, *mira*, *venga*, *vamos*, *hombre* y *¿verdad?*, que aparece únicamente en Facebook e Instagram. Entre los estructuradores, destaca el *pues* comentarador, que se emplea especialmente en YouTube, y el digresor *por cierto*; en el grupo de reformuladores, cuyo uso es muy reducido en todo el corpus, se incluyen el explicativo *o sea* (y la variante no normativa *osea*) y el recapitulativo

⁴ Como conjunción adversativa, *pero* presenta, a nivel oracional, significados de oposición, restricción, exclusión o condición, entre otros. De acuerdo con la *Nueva gramática de la lengua española* (RAE y ASALE, 2009, p. 2451) y otros trabajos (Fuentes Rodríguez, 1998; Domínguez García, 2007), *pero* puede considerarse como un conector al establecer distintas relaciones discursivas entre enunciados.



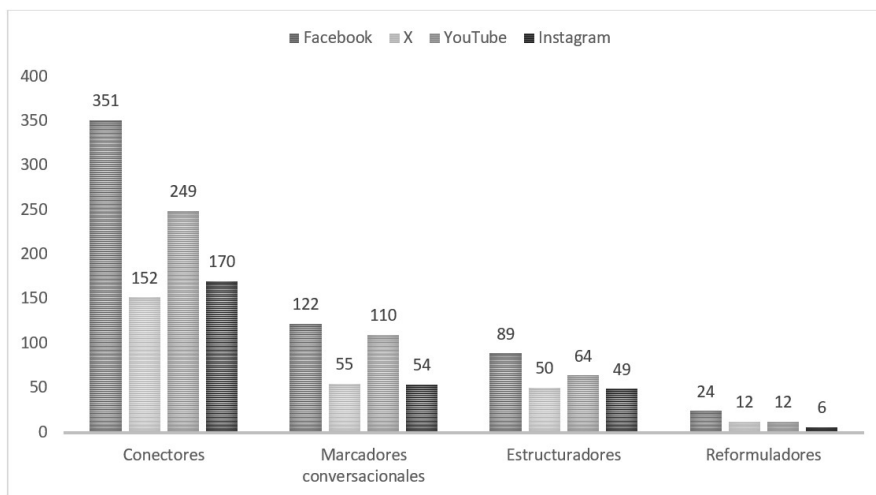


Figura 5. Marcadores más frecuentes (total ≥ 10 ocurrencias) por tipología y red social.

en fin. En lo que respecta a la frecuencia por red social (figura 5), es significativo su empleo prevalente en Facebook y YouTube. En X e Instagram se observa, en cambio, una frecuencia más baja de todas las partículas encontradas.

Como se ha indicado en el apartado de Metodología, para el análisis cualitativo de las funciones de los marcadores presentes en el corpus, se ha empleado la función *Concordances* (*Sketch Engine*). Los resultados se presentan y discuten en los siguientes epígrafes considerando los datos de frecuencia obtenidos. Las partículas que presentan un empleo ocasional se comentan, por tanto, brevemente.

5.1. CONECTORES

Como se apuntaba, *pero* es el conector más utilizado en las redes sociales consideradas. En todo caso, es predominante en el subcorpus de Facebook (309 ocurrencias), mientras que presenta una frecuencia similar (cerca de 45) en YouTube, X e Instagram (figura 6). En el grupo de los conectores, destacan también los aditivos *encima*, con mayor presencia en Instagram (34), *además* e *incluso*, con pocas ocurrencias en todas las redes. En cambio, *de ahí* y *eso sí*, menos utilizados en general, no aparecen en Instagram.

Pero encierra distintos matices, de ahí que sea uno de los conectores más utilizados en el español. En los mensajes analizados se comporta como conector argumentativo cuando el hablante pretende cancelar las conclusiones del enunciado anterior, mediante el enunciado que introduce el conector. En los siguientes comentarios, por



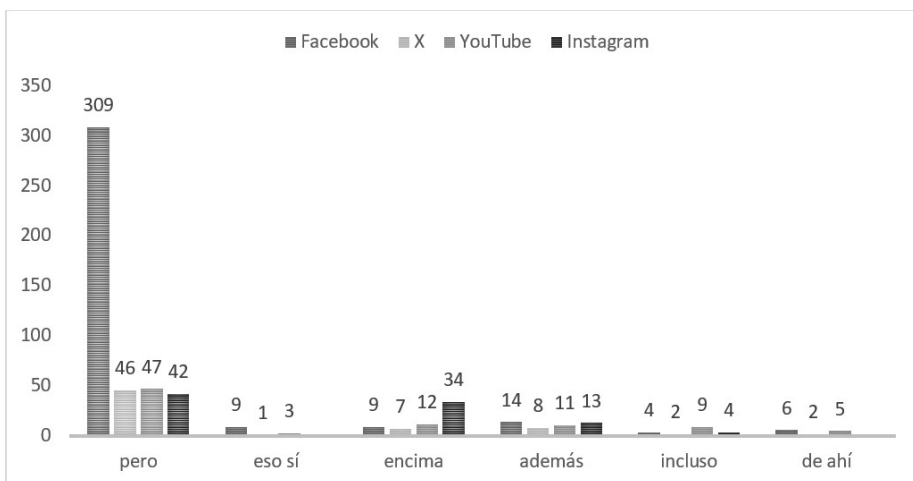


Figura 6. Frecuencia absoluta de conectores por red social.

ejemplo, el hablante vincula dos miembros del discurso, de tal modo que el segundo se presenta como supresor o atenuador de alguna conclusión que se pudiera obtener del primero:

- (1) Perdone señor Rufián,usted habla mucho y hace poco,no es igual hablar que llevar razón,usted critica *pero* luego apoyará a u partido que según las informaciones ha robado a todos los españoles,*pero* usted les defiende,se hace el sordo ,el ciego y el mudo la cuestión es beneficiarse y respaldar lo indefendible con tal de poder estar en su sillón,al menos no nos mienta y sea sincero consigo mismo [...] (Facebook, 18-06-2025).
- (2) @europapress Por supuesto que España vive un extraordinario momento, *pero* no por cosas buenas (X, 8-06-2025).
- (3) MIRA QUE NO SOY VOTANTE DEL PP..... *PERO* COMO PRETENDEIS CULPAR A FEIJOO DE ALGO QUE OCURRIO EN LA EPOCA DE AZNAR Y RAJOY.....ESTAIS TONTOS O ES QUE YA NO SABEIS COMO SALVAR A SU SANCHIDAD? (YouTube, 19-07-2025).

En (1), comentario dirigido al protagonista del vídeo que se comenta, Gabriel Rufián, portavoz del partido ERC en el Congreso de los Diputados, el hablante reconoce que el político critica la corrupción en los dos partidos mayoritarios; sin embargo, añade dos enunciados introducidos por *pero* que anulan parcialmente y de forma atenuada (v. el «perdone» inicial) las posibles inferencias que podrían derivarse de ese reconocimiento, por ejemplo, que apoya lo que dice Rufián. Esto le permite afirmar que, en realidad, este político y su partido apoyan y defienden a los



corruptos por interés. En otros casos, el segundo miembro suele tener un valor restrictivo, pues admite el primer enunciado de su relación mediante las partículas *por supuesto* o *mira*, que en (2) confirma la opinión anterior, esto es, que el país viva un momento extraordinario, para contrastar después esa afirmación; y que en (3) cancela parcialmente las posibles inferencias que se derivan del primer miembro. En el tuit de respuesta a @europapress, el hablante considera que el momento es extraordinario, pero por razones distintas a las que plantea el medio; mientras que, en el último ejemplo, el hablante quiere dejar claro que no vota al PP, como podría pensarse teniendo en cuenta que en el segundo miembro lo defiende.

En estos mensajes, *pero* señala que el segundo segmento, de mayor peso informativo, determina la orientación argumentativa del enunciado (Fuentes Rodríguez, 1998, p. 37). Tiene, pues, una función lógico-argumentativa antiorientada (López Serena y Borreguero Zuloaga, 2010, p. 360, 378), especialmente en enunciados como (1) y (3), que se sitúan en la variedad concepcional escrita del discurso. Estos mensajes son más extensos y están más elaborados sintácticamente; además, se dirigen, bien a quien habla en el vídeo en el primer caso, bien a la audiencia imaginada en YouTube. El empleo de la segunda persona del plural («pretendéis», «estáis tontos», «no sabéis») indica que el hablante se dirige a un destinatario plural, que percibe en ese contexto.

Por otro lado, aparece a menudo en comentarios en los que se pone en entredicho el contenido de la publicación inicial. Así, el conector vincula dos enunciados, uno de los cuales puede estar implícito en el vídeo o la noticia que se comenta, como denotan el enunciado crítico de (4), «qué sublime ejercicio de equilibrismo», o el lacónico «etc,etc» en (5):

- (4) Qué sublime ejercicio de equilibrismo Si, si, muy enfadados os veo, *pero* a seguir en el Gobierno y a seguir chupando de la borrega 🍆🍆 (Facebook, 18-06-2025).
- (5) Etc,etc... Está bien darse de baja, *pero* el delito no sólo fue hace tiempo sino que ostentaba cargo de ministro (Instagram, 17-07-2025).

En el primer caso, el hablante constata el enfado de algunos diputados miembros del gobierno ante los casos de corrupción («muy enfadados os veo»); sin embargo, el miembro que introduce el conector invalida las inferencias del primer miembro del discurso, pues, según este usuario de Facebook, se trata de un enfado aparente que no les impide aprovecharse de la situación. En el segundo, la abreviatura remite –con aparente tono cansado o de impaciencia– a los contenidos que pueden rastrearse en la noticia que se comenta, entre otras cosas, la de que un diputado acusado de corrupción se dé de baja, un dato que el hablante considera positivo. No obstante, a través del conector, quita importancia a la valoración positiva de ese dato para contraargumentar que es tarde y que el caso es grave, puesto que en el momento de los hechos por los que se le acusa era ministro.

El conector se emplea con frecuencia al inicio de los mensajes en réplicas al medio que publica la noticia, como en los tuits (2) y (6), donde se incluye la mención al perfil; o bien en comentarios en las otras redes cuando se intenta contestar a más de un usuario a la vez, como en (7), en el que, de nuevo dirigiéndose a un *ustedes*



indefinido en ese contexto, incluye un acto interrogativo «qué creen que hacen» y uno directivo «no se hagan los ofendidos»:

- (6) @elmundoes *Pero* no olvidemos que más del 80% de los casos de corrupción corresponden al PP. Gracias a Aznar, M.Rajoy y Feijoo (X, 18-07-2025).
- (7) *Pero* bueno y que creen que hacen la mayoría de los políticos y no se hagan los ofendidos (Instagram, 17-06-2025).

En la mayor parte de las respuestas dirigidas a otros usuarios en la misma red social, al valor contraargumentativo restrictivo de *pero* se une un valor refutativo. Si el hablante admite lo dicho previamente por su interlocutor, mediante enunciados como «igual tienes razón» (8) o el afirmativo «ya, ya» (9), el uso del conector invalida en parte las inferencias que se derivan del enunciado previo para reorientarlo argumentativamente. Por ejemplo, en (8), B se muestra parcialmente de acuerdo con que el líder del PP, Alberto Núñez Feijóo, sea la vergüenza de la comunidad donde ha gobernado durante años, como afirma A en el primer mensaje de este breve intercambio. Sin embargo, en el enunciado que sigue introducido por *pero*, B argumenta que la mayoría conseguida por el político en las últimas elecciones de Galicia lo desmienten:

- (8) A: Freijo es la vergüenza de Galicia 😞 (YouTube, 10-07-2025).
B: igual tienes razón *pero* todas las mayorías absolutas no dicen lo mismo (YouTube, 10-07-2025).
- (9) A: Menudo trepa, jeta, estos son los progresistas que venian a cambiar la democracia 😞
B: @nombreusuario: topos hay en todos los lugares
C: @nombreusuario ya, ya, *pero* parece que todoss forman parte del PSOE 🇵🇹🇵🇹🇵🇹 (Instagram, 17-06-2025).
- (10) A: nombreusuario Ya comió Mazon con la amiga , mientras la gente se ahogaba. *Pero* para vosotros eso carece de importancia (Facebook, 17-06-2025).
B: nombreusuario mire usted eso es gravísimo igual que esto. *Pero* no se puede justificar una cosa con otra,.A mí no me vale el y tú más, [...] (Facebook, 17-06-2025).

Como vemos en estos casos, quien utiliza el conector está parcialmente de acuerdo con lo que se ha dicho en el comentario previo, como en (10), réplica en la que el hablante se acerca al interlocutor («mire usted») para admitir, primero, que el tema de las víctimas de la DANA en la Comunidad Valenciana y la responsabilidad del presidente del gobierno autonómico, Carlos Mazón, es «gravísimo»; y argumentar después que son cosas distintas. De este modo, invalida las inferencias que se derivan del argumento previo, esto es, que pueda establecerse un *ranking* entre partidos por la gravedad de los casos. La oposición se establece en estos mensajes entre lo que dicen distintos enunciadores, de ahí que sea posible incluirlo entre los marcadores con función interactiva-reactiva (López Serena y Borreguero Zuloaga, 2010, p. 361).

En otros comentarios se combina con *claro* o *bueno*, como se ha visto en (7). En estos casos, el conector permite dejar de lado lo dicho, para pasar a otra cuestión,



argumentativamente más fuerte, que el hablante considera evidente para todos, como se observa en estos ejemplos:

- (11) *Pero* como tienes tanta cara! Choni!! Como exiges nada a nadie tenía que caerte la cara , *pero claro* la vergüenza no la conocéis ! (Instagram, 19-07-2025).
- (12) @eldiarioes @AntonioMaestre Y ¿de los eres? Se olvida convenientemente. Montoro será un indecente chorizo que debería acabar en prisión y tirar la llave de la celda *pero* , *claro*, el no tiene a Pumpido para que le amnistíe. [...] (X, 20-07-2025).

En (11) y (12), respectivamente, un comentario al vídeo en el que habla Yolanda Díaz, ministra del gobierno, y una respuesta al tuit de @eldiarioes sobre el caso de corrupción del exministro del PP, Cristóbal Montoro, los hablantes dirigen su crítica a la política, por un lado, y al diario que publica la noticia, por otro. El conector señala un giro argumentativo respecto a lo que se afirma en el primer caso («tenía que caerte la cara [de vergüenza]») o en el segundo («será un indecente chorizo»; «debería acabar en prisión»), introduciendo, a través de *claro*, un nuevo argumento que se presenta como evidente para todos y que cancela las inferencias de lo dicho. En (11), se acaba afirmando que no se le cae la cara porque, como todos saben o incluso comparten, los políticos como Díaz no conocen la vergüenza; en (12) se concluye que Montoro podría acabar en la cárcel al no tener de su parte al ex Fiscal general del Estado, Cándido Conde-Pumpido, al que se acusa de favorecer al partido socialista.

Por último, cabe destacar un valor intensificador en los siguientes mensajes, en los que la partícula aparece en estructuras en las que se repiten algunos elementos: «**TODOS**», que se escribe en mayúsculas, y «mucho»:

- (13) [...] Se rasgaban las vestiduras con la corrupción del PP y ahora con otra más del PSOE (otra...si porque los ERES fue la más gorda de la historia) dicen que y tú más. Enga hombre. Váyanse a esparregar **TODOS**. *pero* **TODOS** (YouTube, 10-07-2025).
- (14) Jajajajaja Pero vaya mierda de titular !!!!! Manipuláis todo siempre con un mismo fin Dónde está la prensa libre e imparcial !!! Hacéis mucho daño al periodismo , *pero que* mucho !!! (Instagram, 25-06-2025).

Como se puede notar, se emplea en comentarios y respuestas en los que predominan rasgos coloquializadores como el uso de mayúsculas, el alargamiento de signos de puntuación, la brevedad, la coordinación, la repetición o el uso de fórmulas conversacionales. Las funciones y valores de *pero* observados en estos textos lo sitúan en la variedad concepcional de la lengua hablada. En todo caso, hay comentarios como (1) o la respuesta de (10), más extensos y elaborados desde un punto de vista sintáctico, en los que presenta una macrofunción cognitiva que lo acerca a la variedad concepcional escrita.

Aunque su presencia es menor y limitada a la red Facebook, se comenta brevemente el conector *eso sí*, que suele introducir un miembro discursivo que atenúa la fuerza argumentativa del miembro anterior, en mensajes que se adscriben a la



variedad concepcional escrita por su extensión y por el empleo de estructuras subordinadas, como la respuesta de (15). Su valor de contraposición indica un «aspecto relacionado con lo anterior, una objeción, paso a algo más importante, o negar una inferencia negativa que podría elaborarse a partir de lo dicho en el primer enunciado» (Fuentes Rodríguez, 2009, p. 156). Este es el caso de (15), mensaje de respuesta en el que *eso sí* contrapone dos argumentos, el segundo de los cuales se interpreta como una objeción, argumentativamente más fuerte, a lo que se afirma previamente:

(15) A: nombrequesuario, cierto, ¿pero dígame usted que debe hacer Rufian? Tampoco él lo tiene fácil que decidir. No va a favorecer que gobierne la derecha y ultraderecha.

B: nombrequesuario [...] hay muchas formas de robar, y una de estas es la que utilizan ellos chantajeando al gobierno para robar al resto de españoles en beneficio de, según ellos, su país, porque España les importa una mierda, claro, *eso sí*, siempre que encuentren al presidente de turno capaz de vender a su madre con tal de seguir en la poltrona, como es el caso de Pedrito (Facebook, 21-06-2025).

En los comentarios analizados, los conectores *encima*, más frecuente en Instagram, y *además*, con una presencia más distribuida, ordenan los segmentos del discurso en una escala aditiva, de manera que el segmento que introducen tiene mayor fuerza argumentativa. No obstante, con *encima* «se añade un valor modalizante del que carece *además*» (Domínguez García, 2007, p. 66). En efecto, *encima* presenta el miembro del discurso que lo precede como un argumento suficiente para llegar a una conclusión determinada (Portolés Lázaro, 1998), y se distancia de *además* en que el miembro que introduce puede constituir una conclusión opuesta a la esperada del primer miembro. Como señalan Briz Gómez *et al.* (2008), la conclusión a la que conduce rompe con alguna expectativa que se desprende del discurso previo, añadiendo, por ejemplo, un matiz de reprobación (16, 17) o exceso (18, 19):

(16) Y *encima* va a cobrar un despido, esto es de traca. *Encima* de lo que ha robado le pagamos 🤔 (Instagram, 20-06-2025).

(17) 430 000€ por bajarse los pantalones ante Puigdemon. Es lo único que ha hecho y *encima* mal hecho!!!! (Instagram, 18-06-2025).

(18) Al pp no le quedan ni la dignidad. Corruptos y *encima* cobardes (YouTube, 18-07-2025).

(19) [...] estos supuestos sinvergüenzas van robando poco a poco, van cambiando el estado de derecho y la democracia y *encima* te van diciendo que te piden perdón cuando ellos están supuestamente en el ajo, España despierta porque igual después es demasiado tarde (Facebook, 14-06-2025).

El conector aditivo *además*, que suele aparecer introduciendo el último miembro de una serie enumerativa, presenta el miembro del discurso en el que se encuentra como un argumento coorientado a otro previo, pero con mayor fuerza argumentativa. Por ejemplo, en los mensajes que siguen, el último miembro añade un argumento que se considera más grave como que la corrupción en los partidos



independentistas se haya ocultado (20); que los diputados del PP interrumpan continuamente (21); o que no se haya creado una comisión interna en el partido acusado de corrupción (22). En todos los casos, estos enunciados llevan a una misma conclusión derivada de lo dicho previamente, pero que presentan como más importante o relevante en ese debate:

- (20) El independentismo es todo corrupción, aceptada y permitida y *además* ocultada desde siempre (Facebook, 18-06-2025).
- (21) Si, el PP hace “oposición”, mintiendo, insultando, difamando, querellas falsas y, *además*, interrumpiendo la palabra continuamente no dejando hablar (YouTube, 10-07-2025).
- (22) El problema es que algunos de esos implicados no han sido expulsados oficialmente, y otros siguen en activo (aunque en segundo plano). *Además*, no ha habido una comisión interna pública ni medidas contundentes para garantizar que no vuelva a ocurrir, al menos no de forma visible (Instagram, 31-07-2025).

Incluso, con poca presencia en el corpus y más empleado en YouTube, indica que el segundo miembro discursivo es más fuerte argumentativamente que el primero y, por tanto, se sitúa en una posición más alta en la escala argumentativa. Por otra parte, introduce un elemento discursivo como menos esperable que otro, de manera que ese elemento destacado se interpreta como el más informativo (Fuentes Rodríguez, 2009, p. 186). Nótese en (23) cómo el hablante señala mediante *incluso* que el hecho de haber destruido pruebas, información nueva, es un dato esencial para sospechar de la corrupción del PP:

- (23) Como ya pasó eso no cuenta para los del PP, lo mismo que todos y cada uno de sus gobiernos corruptos donde *incluso* destruyeron pruebas en la cara de todo el mundo [...] (YouTube, 20-07-2025).

En enunciados como estos presenta también una función metadiscursiva estructuradora de la información con función focalizadora, pues añade el último argumento como si fuera el más relevante (López Serena y Borreguero Zuloaga, 2010, pp. 365-366; véase Portolés Lázaro, 1998). Los tres conectores aditivos se documentan en textos tanto coloquiales y cultos como orales y escritos (Fuentes Rodríguez, 2009, p. 143). En el corpus, *además* e *incluso* se emplean a menudo en mensajes dirigidos a la audiencia y que, por su extensión y estructura –caracterizada por la aparición de incisos en estructuras sintácticas coordinadas y subordinadas–, se acercan al polo de la distancia comunicativa y a la variedad concepcional de la lengua escrita. *Encima* es más frecuente, en cambio, en comentarios y respuestas breves, especialmente en Instagram, que presentan rasgos sintácticos y léxicos coloquializadores, propios de la variedad hablada.



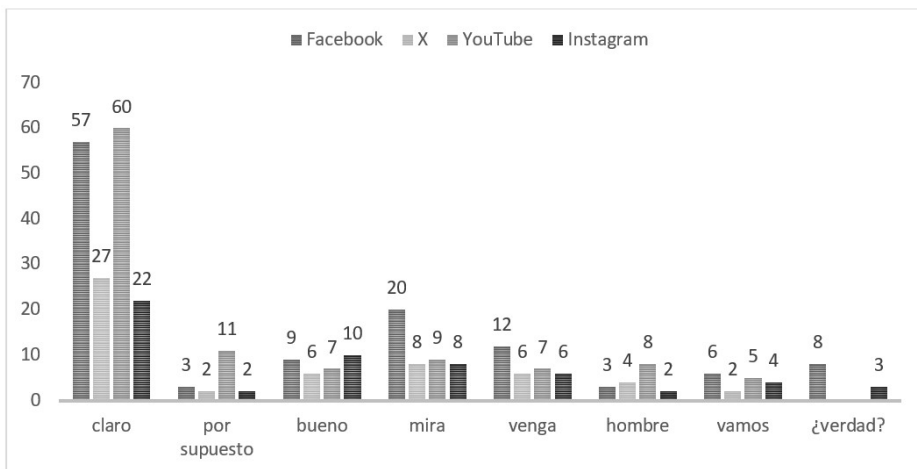


Figura 7. Frecuencia absoluta de marcadores conversacionales por red social.

5.2. MARCADORES CONVERSACIONALES

El segundo marcador más frecuente es el de modalidad epistémica *claro*, presente sobre todo en los subcorpus de YouTube y Facebook. Dentro del mismo grupo le sigue *por supuesto*, cuyo empleo es más limitado. Se señala también el uso de *bueno*, con pocas ocurrencias, sobre todo en Facebook e Instagram. Respecto a los enfocadores de la alteridad, con poca presencia en todo el corpus, se emplean *mira*, *vengas* y *vamos*, especialmente en Facebook, y *hombre*, con usos esporádicos en todas las plataformas. Por último, *¿verdad?* aparece de forma muy limitada solo en Facebook e Instagram (figura 7).

En los mensajes analizados, *claro* se utiliza en enunciados reactivos en los que evalúa la evidencia del miembro del discurso que introduce, o en el que se inserta, en relación con datos que se hallan en el cotexto o que se presuponen en la mente de los participantes en esa interacción (Martín Zorraquino y Portolés Lázaro, 1999, p. 4150). En este sentido, indica la actitud expresiva y reafirmativa del hablante, al tiempo que convoca a otros enunciadore. En la mayoría de los casos identificados, *claro* actúa como modalizador de evidencia para reforzar la propia aserción. Esta función se observa en los siguientes ejemplos, en los que los hablantes reaccionan ante la noticia o ante otros comentarios aceptando de forma aparente lo que se ha dicho para poner en evidencia un argumento que se admite pero se critica después. Véanse, por ejemplo, los enunciados «la culpa como siempre es de la izquierda» (24) o «teniendo los jueces a su favor que se investigue» (25), aceptados inicialmente y que los hablantes rechazan después:

- (24) @nombreusuario *CLARO* !! la culpa como siempre es de la izquierda ,nunca de los fachas más ladrones de la historia de España que desde que me acuerdo yo siempre son ellos (YouTube, 18-07-2025).
- (25) *Claro* teniendo los jueces a su favor que se investigue lo que se tenga que investigar cerraran el caso falso en falso o prescribira (YouTube, 18-07-2025).
- (26) @eldiarioes @iescolar Todo eran bulos de la ultraderecha porque, *claro*, en vez de investigar, era cómodo repetir las consignas del partido. Un poco de vergüenza ya dáis (X, 15-06-2025).
- (27) *Claro*, la fontanera estaba de paso, y el pendrive que dejó a Cerdan era de música para cumpleaños..... Madre mía..... (Facebook, 17-06-2025).
- (28) A: PP y PSOE la misma 🤔 es...solo queda vox
 B: Si, *claro*, ese VOX a cuyo líder todo un patriota como el General de Brigada de Infantería de Marina Agustín Rosety llamó traidor y cobarde. No me hagas reír, niño, y vete con tus juguetes (YouTube, 20-07-2025).

En estos comentarios y respuestas, *claro* se emplea fundamentalmente con una intención crítica y una actitud irónica, como es evidente en (27) y (28), donde se intenta ridiculizar lo dicho en la noticia o por otro participante. Como operador modal, suele marcar en principio un acuerdo, presentando el miembro del discurso introducido como evidente y comprensible por todos. No obstante, en la mayoría de los casos analizados, no existe tal acuerdo. El marcador introduce un enunciado que admite el argumento avanzado previamente de forma insincera; la intención del hablante es rechazar ese argumento por irrelevante o absurdo, buscando al mismo tiempo, la complicidad de la audiencia. Nótese cómo en (29), el marcador permite a B expresar una opinión contraria retomando el argumento de A, no para señalar su validez sino para ridiculizarlo. El empleo de *pues claro* lleva a suponer que B está de acuerdo con lo dicho por A sobre los votantes del PP y su creencia, errónea según A, de que ese partido sea de derechas. La réplica, que concluye con diversos emojis de la risa, da razón aparente a su interlocutor para señalar después, irónicamente, que en efecto sus líderes, identificados a través de apodos humorísticos, se ven muy comunistas:

- (29) A: Sigo sin entender a los votantes del pp, creyendo que el pp es de derechas
 B: Mmmm....., *pues claro*, se les ve lo comunistas a “Frijolito, Tellado, Aznarín” 😂😂😂😂😂 (YouTube, 18-07-2025).

En los pocos casos en los que no se emplea de forma irónica, suele incluirse en mitad del enunciado del propio emisor, en la fórmula *claro que*, introduciendo en el razonamiento una objeción atenuada a partir del supuesto acuerdo marcado por *claro*. Esta estructura, que se considera de tipo concesivo (Briz Gómez *et al.*, 2008), puede introducir una reinterpretación. Por ejemplo, en (30), el hablante recuerda la posición del expolítico de izquierdas Julio Anguita sobre la corrupción en uno u otro espectro político; en este caso, la partícula permite reinterpretar lo dicho desde la valoración positiva del político y subrayar su autoridad («era un político decente»). Y en (31), tras concluir que su interlocutor votará al mismo partido



(«seguirás votando lo mismo») sin tener en cuenta los casos de corrupción, le invita a inferir que de ese modo no se los castiga y señala de forma evidente la consecuencia de esa actitud, esto es, que los partidos seguirán haciendo lo mismo:

- (30) [...] Una vez dijo Julio Anguita que si el de izquierdas era corrupto y el de derechas honrado votar al honrado, aunque sea de derechas, *claro*, que Anguita era un político decente, no como los de ahora. (Facebook, 18-06-2025).
- (31) Vamos que seguirás votando lo mismo... Así nos va con nuestra democracia... *Claro* que seguirán haciéndolo si lo único que los ciudadanos podemos hacer es dejar de votar a los corruptos sean del partido que sean [...] (YouTube, 13-06-2025).

Claro aparece a menudo al inicio de las respuestas dirigidas a un comentario o tuit previo, señalando un procedimiento de cooperación entre interlocutores, como en (32). El comentario inicial de A rechaza («venga ya!!») que el político investigado merezca discreción, contraargumentando que son los votantes quienes merecen explicaciones; en la réplica a ese mensaje, B introduce la partícula para señalar su acuerdo sincero con lo dicho, posición que refuerza dándole la razón y añadiendo un nuevo argumento coorientado con el del interlocutor:

- (32) A: nombreusuario la discreción que se merece? Venga ya!! Lo que nos merecemos explicaciones somos los votantes, los que pagamos cada día más impuestos! [...]
B: *claro*, tienes razón, y todo eso puede hacerse con la discreción que se merece la gravedad de la situación para no dar esta imagen de España en el mundo 🇪🇸 (Facebook, 13-06-2025).

Por otra parte, *claro* se emplea en mensajes donde aparecen puntos suspensivos que simulan una planificación sobre la marcha y que permiten atenuar lo dicho, y en los que predomina la coordinación y el empleo de emojis, como en (24), (29) y (32). Los usos de esta partícula, frecuente en el registro coloquial y en el discurso oral (Briz Gómez *et al.*, 2008), se sitúan también en este tipo de interacciones en el eje de la variedad concepcional de la lengua hablada.

Como se apuntaba, el uso de *por supuesto* es esporádico en todas las redes y limitado a YouTube. Como *claro*, expresa evidencia y se interpreta pragmáticamente como reforzador de la aserción, aunque expresa el grado máximo de convencimiento del hablante apuntando a sus presuposiciones, que supone compartidas por los participantes (Fuentes Rodríguez, 2009, p. 61). Se utiliza en las respuestas, al inicio del mensaje, con función reactiva-interactiva, aunque también en mensajes monológicos en los que la partícula aparece intercalada en el propio discurso para reforzar lo dicho, a veces, como se ha visto con *claro*, en clave irónica (33):

- (33) [...] a estas alturas todavía no sabes quién controla a la Policía, la Guardia Civil y la judicatura? Si ha salido lo de Montoro es por una única razón: la causa la llevaba un juez de Tarragona y, lo más importante, LA INVESTIGACIÓN LA REALIZARON LOS MOSSOS DE ESQUADRA... Allí no hay “Policía patriótica” ni ex agentes de la UCO con cargos en la CAM... ni, *por*



supuesto, Sala Segunda del TS, Peinado, Hurtado, García Castellón...😄 (YouTube, 18-07-2025).

Bueno, con una presencia más distribuida en las cuatro plataformas, es un marcador de modalidad deóntica que indica si el hablante admite o rechaza lo que se infiere del miembro del discurso al que remite (Martín Zorraquino y Portolés Lázaro, 1999, p. 4161). En todo caso, es polifuncional, puesto que desempeña las funciones de estructurador de la conversación con función metadiscursiva y de enfocador de la alteridad. Como *claro*, *bueno* presenta una gran versatilidad distribucional, aunque en el corpus se emplea más al inicio de respuestas en las que predomina el registro informal. En gran parte de los mensajes del corpus, indica ruptura secuencial de preclusión o cambio de tema. Como vemos en (34), tras una serie enumerativa en la que se introducen varios ejemplos de la corrupción en el PP, el hablante concluye su mensaje aseverando que algo más (otros casos de corrupción) saldrá; en (35), señala una ruptura respecto a lo dicho, un cambio abrupto de tema, a la vez que –como enfocador–, anima a la audiencia imaginada en Instagram a rebelarse contra una situación insostenible («sangría de impuestos») a través de la fórmula interrogativa «cuándo decís que salimos a liarla?»:

- (34) ok, vamos investigar la relacion con el narco, ayuso y el Atico donde vive y que tiene que ver el dueno de Quiron, los gastos de millones de € rn contratos fraccionados a 50.000 € para que no tengan que salir en licitación pública y *bueno* ya saldra algo mas cuando esta en marcha todo aquel... lo mismo que hace Peinado con Begoña Gomez (YouTube, 18-07-2025).
- (35) *Bueno*, y cuándo decís que salimos a liarla? Porque esta sangría de impuestos para pagar a ladrones cómo se para? Votando a la derecha, al del centro, al del fondo? (Instagram, 17-06-2025).

Entre los valores más frecuentes destaca el denominado rectificativo o auto-correctivo, inscrito entre las funciones metadiscursivas de la partícula. En estos casos, presenta el miembro del discurso en el que aparece como una continuación de lo dicho para precisar o corregirlo. Dicha continuación permite sustituir algún elemento del discurso precedente por otro nuevo, que se considera más adecuado (Briz Gómez *et al.*, 2008). El elemento que se sustituye suele ser explícito en estos mensajes, como en (36), tuit que responde al diario *Libertad Digital*, retomando el enunciado precedente «[la corrupción] se dispara», para introducir un enunciado que precisa lo dicho en la noticia, es decir, que se dispara por los casos del PP, partido conservador que se supone más afín a ese medio; en (37), el hablante afirma que «La justicia española está un poco floja», insertando después la partícula *bueno* para introducir una aserción que precisa la idea anterior y que considera como más apropiada por ser más contundente:

- (36) @libertaddigital *Bueno*, se dispara porque van saliendo casos de corrupción continuos en el PP. Ojala sea durante mucho tiempo presidente PEDRO SÁNCHEZ. Libertad Digital con nuestro Presidente 😄 (X, 23-07-2025).



- (37) Que maravilla, se roban millones, luego renuncian y se mudan a Punta Cana a vivir como millonarios. La justicia española esta un poco floja, *bueno*, es una mierda directamente (Instagram, 17-06-2025).

En general, estos usos de *bueno* atenúan los argumentos o las conclusiones que plantea el hablante (autorreformulación), como en (34) y (37), o el interlocutor (heterorreformulación), como en (35) y (36). En estos últimos casos, actúa como enfocador de la alteridad, al introducir una respuesta de desacuerdo respecto a lo que se infiere del discurso previo o del discurso implícito en el contexto de comunicación. Refuerza así la imagen positiva del hablante a la vez que protege la imagen negativa del oyente cuando el primero expresa disconformidad e intenta atenuar los efectos negativos de esa posición. En los siguientes ejemplos, en los que la partícula aparece al inicio de la réplica, permite al hablante declarar que no está del todo conforme con lo dicho por su interlocutor respecto a Pedro Sánchez y el impago de los salarios y subrayar que todos los partidos (no solo el que representa Sánchez) son iguales en ese sentido (38). La partícula *eh* al final del enunciado parece atenuar el desacuerdo:

- (38) A: Cómo se nota que Sánchez no paga los salarios, si fuera autónomo el seguro que no ponía ese sueldo a su empleado
B: @nombreusuario *bueno*, en esto los del resto de partidos son iguales eh. Los sueldos ninguno de ellos los baja (Instagram, 18-06-2025).
- (39) A: Dice que toman medidas de inmediato, por eso ha tardado 15 meses en echar a Abalos 😞😞😞
B: hace 15 meses que Abalos está en el grupo mixto...no te enteras
A: si, afiliado al psoe, a ver si no te enteras tú?
B: *buenooo*, no te alteres, ahí tienes a Mazón que no solo no dimite si no que su jefe le da palmaditas en la espalda y le dice “Buen trabajo” (Facebook, 17-06-2025).

Por otro lado, en (39), el hablante escribe *bueno* alargando la vocal final para introducir la última intervención reactiva de un intercambio marcado por el desacuerdo y el conflicto que podría derivarse del enunciado «no te enteras», cuando el hablante recuerda a su interlocutor que el exministro socialista José Luis Ábalos ya no forma parte del grupo del partido en el gobierno. En este caso, permite concluir ese intercambio y suavizar en apariencia el tono («no te alteres»), antes de incluir otro ejemplo, a modo de contraejemplo, de supuesta tolerancia hacia la corrupción en el partido en la oposición.

Brevemente, se comentan también las funciones de los enfocadores con menor presencia en el corpus. *Mira*, con más ocurrencias en Facebook, introduce un miembro del discurso que considera informativamente relevante para el oyente. Como se puede observar en el mensaje reactivo de (40), el hablante busca acercar al interlocutor a su punto de vista a través del enunciado «te digo la verdad». En este caso, señala el posicionamiento previo a la emisión del mensaje que introduce, de ahí que atenúe el acto disentivo que sigue respecto a la posibilidad de que gobierne la derecha. En (41) introduce una respuesta al tuit de @eldiarios; el primer enunciado es cooperativo, pues pretende acercar al interlocutor a su terreno, antes de formular



su disconformidad respecto a lo dicho previamente. El desacuerdo se expresa en esa respuesta a través de *pero* con valor restrictivo:

- (40) A: nombresuario la derecha q nunca ha gobernado!! No sabemos si fallaría o no.... estos ya esta claro que han fallado ambos
B: Vox? *Mira*, te digo la verdad. Yo voto a un presidente del Gobierno, principalmente y ni Feijoo ni Abascal me parecen a la altura del cargo (Facebook, 13-06-2025).
- (41) @eldiarioes *Mira* que os ha costado.... pero.....seguís pensando que Sanchez es víctima de todo esto??? (X, 14-06-2025).

En los mensajes del corpus se sitúa en posición inicial del miembro del discurso al que afecta, generalmente en réplicas en las que predominan rasgos coloquiales; se emplea, por tanto, en comentarios y respuestas situados en el eje de la variedad concepcional de la lengua hablada.

Por su parte, *venga*, frecuente también en mensajes que es posible colocar en ese mismo eje, marca la aceptación de una propuesta que invita a la acción (Martín Zorraquino y Portolés Lázaro, 1999, p. 4171), de ahí que se utilice en intervenciones reactivas en las que puede atenuar actos directivos que podrían interpretarse como agresivos. La partícula llama la atención del destinatario y le anima a actuar solicitando una confirmación (42) o llamando a la acción (43). Como se aprecia en los ejemplos, el enunciado que introduce suele contener una cierta dosis de ironía, como deja entender el vocativo «CAMPEÓN» (42) o la forma *Venga ya* (44), que en el español coloquial rechaza parte de la intervención anterior por considerarla exagerada (Fuentes Rodríguez, 2009, p. 345):

- (42) @nombresuario que necesitas más lecciones... jajajaja lo que dices de Bankia es Falso, no son 24.000 millones, son 14.500 millones, seguidos por Catalunya bank [...] *VENGA CAMPEÓN* te doy otra lección??? (YouTube, 19-07-2025).
- (43) @elmundoes *Venga*, que si nos esforzamos un poco más llegamos a los primeros 🍷🍷🍷 (X, 19-07-2025).
- (44) A: Perdón tiene que pedirlo Pedro Sánchez y su Gobierno por el caso Ábalos, Cerdán, el hermanísimo, su esposa Begoña Gómez por sus antecedentes y [...]. El tema Montoro está judicializado y nada tiene que ver con el actual Partido Popular (Instagram, 19-07-2025).
B: claro y por respirar también. *Venga ya* (Instagram, 20-07-2025).

El marcador *hombre* se comporta como unidad interjectiva en comentarios interactivos reactivos, donde se emplea con la voluntad de atenuar la «expresión de la disconformidad con lo dicho por el oyente [...]» (Martín Zorraquino y Portolés Lázaro, 1999, pp. 4173-4174). Es, de acuerdo con Briz *et al.* (2008), una forma «autoprotectora de la imagen del propio hablante», que le permite evitar responsabilidades respecto a lo que afirma o lo que va a decir. De hecho, en el corpus aparece en intervenciones reactivas –comentarios al mensaje inicial y respuestas a otros comentarios– en los que expresa una reacción de sorpresa acompañada de crítica a lo que se acaba de decir en el mensaje inicial del medio (45), o rechaza lo dicho por



otro participante en un mensaje de respuesta (46). El enunciado al que afecta puede llevar alguna marca modal de evidencia («lo que faltaba») o concesión («como arma política no sé»), y puede indicar un giro en la línea argumentativa:

- (45) *Hombre*, ya lo que faltaba es que dijese algo de los jueces persiguiendoles el señor Feijoo, con el favoritismo que les tienen como peinado teniendo fallos de becario solo cuando afecta al PP o que “NO SEPAMOS” quien es M.Rajoy [...] (YouTube, 18-07-2025).
- (46) @La_SER *hombre*, como arma política no sé, pero que es un escándalo, lo es (X, 03-08-2025).
- (47) A: A: Perdón tiene que pedirlo Pedro Sánchez y su Gobierno por el caso Ábalos, Cerdán, el hermanísimo, su esposa Begoña Gómez por sus antecedentes y [...]. El tema Montoro está judicializado y nada tiene que ver con el actual Partido Popular (Instagram, 19-07-2025).
B: @nombreusuario dijo que Iba a tener que ir el Presidente de gobierno a firmar a la cárcel y lo “amigo de un narcotráficante, venga *hombre* !!! (Instagram, 20-07-2025).

La partícula aparece al inicio del enunciado, aunque se sitúa a veces en el cierre, como en (47), donde, combinado con *venga*, permite rechazar de plano lo dicho por el interlocutor en el mensaje previo. Este tipo de comentarios se sitúan en la variedad concepcional hablada, como muestran la puntuación o el alargamiento de los signos de exclamación.

Dentro de este grupo se sitúa también *vamos*. En los comentarios y respuestas presenta el miembro del discurso en el que aparece como una matización o precisión de lo que el hablante o su interlocutor acaban de decir, aunque, como vemos en los siguientes ejemplos, adquiere un valor reformulativo que destaca el miembro del discurso en el que aparece:

- (48) A: El problema es que no tenemos ningún partido que no sea así, estos audios podrían ser de cualquier partido. Estamos condenados
B: *Vamos* que seguirás votando lo mismo... Así nos va con nuestra democracia... (YouTube, 13-06-2025).
- (49) @elmundoes *Vamos*, lo que viene siendo el Psoe (X, 22-07-2025).

En (48), B utiliza *vamos* en la réplica, en un enunciado que resume de modo crítico la posición resignada de A ante la supuesta corrupción de todos los partidos. De este modo, avanza un reproche a su interlocutor («seguirás votando lo mismo») por su aceptación de este estado de cosas y su conformismo. Con un valor similar al de *o sea* (Briz *et al.*, 2008), en (49) permite resumir lo dicho por el diario *El Mundo* en X e intensificar la crítica al PSOE.



5.3. ESTRUCTURADORES DE LA INFORMACIÓN

El comentador *pues* es el segundo marcador más utilizado en el corpus general, aunque es el único estructurador con una presencia significativa, especialmente en los comentarios y respuestas de Facebook, con 87 ocurrencias, frente a las otras plataformas, en las que presenta una media de 45 ocurrencias. Al contrario, el digresor *por cierto* tiene una presencia muy limitada en el corpus general y se emplea fundamentalmente en YouTube (17 ocurrencias).

En los mensajes analizados, *pues* presenta una macrofunción interactiva que permite al hablante señalar los «movimientos conversacionales de los interlocutores» y «manifestar una cierta actitud ante la información recibida» (Borreguero Zuloaga y López Serena, 2010, p. 178). En posición inicial del miembro que introduce, presenta un nuevo comentario que el hablante considera informativamente como más valioso respecto al discurso que lo precede. En el corpus es frecuente al inicio de intervenciones reactivas, como en (50) y (51), donde introduce un miembro discursivo que no se acomoda a la reacción buscada por el interlocutor.

(50) A: No veo yo que pierda terreno alguno, la verdad. Hace casi una década que Montoro dejó la primera línea de la política, la segunda y la tercera. [...] No tiene sentido. Cortina de humo absurda.

B: *Pues* vaya cortinita de humo de 20.000 millones. Madre mía, vaya criterio gastas, am8go (YouTube, 20-07-2025).

(51) A: con humor guapo y presidente del gobierno ,que más quieres !

B: Nombreusuario *Pues* me gustaría que No solo pensara en él y en sus votantes y pensara en el resto de los españoles [...] (Facebook, 17-06-2025).

En la primera intervención reactiva, el hablante retoma el sintagma «cortina de humo absurda» del comentario previo sobre Montoro, para comentar críticamente y de forma irónica que es una «cortinita de humo de 20.000 millones», lo que lleva a inferir que para este usuario no es absurda; en el segundo intercambio, la réplica a lo que dice A sobre las características positivas del presidente del gobierno, incluye el *pues* para contrarrestar de forma atenuada las inferencias que pueden derivarse de ese enunciado irónico e introducir de hecho una crítica al político: «me gustaría que no solo pensara en él», que contesta de forma sincera a la expresión formulada por A «qué más quieres».

En aquellos pocos comentarios en los que aparece insertado en mitad del mensaje, desempeña una macrofunción cognitiva (López Serena y Borreguero Zuloaga, 2010, pp. 375-376) que señala las relaciones lógico-argumentativas entre los contenidos proposicionales del texto o entre el contenido textual y la actitud del hablante, como en (52), donde introduce la respuesta negativa a la pregunta retórica que el hablante formula al protagonista político del vídeo («te crees que somos tontos los españoles?»):

(52) 🤔🤔🤔🤔 que fanteche eres vete ya menuda panda de sinvergüenzas que te crees que somos tontos los españoles? *Pues* no no somos tontos y no nos engañas ya (Facebook, 17-06-2025).



- (53) Ahora me ha llegado el recibo de la contribución viviendo en zona rural en un pueblo, 560 euros, mi calle está destrozada, lleva de averías. *Pues nada* seguiremos trabajando para mantener a sinvergüenzas (YouTube, 13-06-2025).

En (53) introduce el acto compromisivo «seguiremos trabajando para sinvergüenzas». En este caso presenta, en cambio, una función argumentativa coorientada respecto a lo dicho por el mismo hablante sobre las dificultades económicas por las que está pasando. Aparece seguido de *nada*, indicando la conclusión del enunciado anterior y el cierre de la intervención en un tono que denota resignación (véase *pues nada*, Fuentes Rodríguez, 2009, p. 288). Como la mayor parte de los marcadores vistos hasta ahora, se emplea de forma prevalente en mensajes en los que se observa un uso coloquial de la lengua, especialmente en las respuestas. Si bien no suele adscribirse a una u otra variedad concepcional, en estos casos, se sitúa en la hablada.

El digresor *por cierto*, empleado esencialmente en YouTube en comentarios próximos a la variedad concepcional escrita, suele introducir un comentario que se distancia de lo dicho previamente y que se presenta como más pertinente. En general, el comentario a margen se hace sobre un elemento que aparece en el mismo mensaje que publica el hablante, como en (54), que surge a raíz de la palabra «dictador», retomada en el miembro introducido por la partícula dentro de un paréntesis:

- (54) Todo el PP se dedica a robar, esa es su política, propuestas para mejorar la vida de la gente ninguna, pero privilegios a grandes empresarios todos. En un país democrático de verdad estaría prohibido hace años, pero esto es España, con un rey impuesto por un dictador, [...]. (*Por cierto*, el dictador cogió al mas tonto y manipulable de la familia) MARCA ESPAÑA (YouTube, 10-07-2025).

5.4. REFORMULADORES

Aunque aparecen en las cuatro redes consideradas, los reformuladores se usan de forma ocasional en todo el corpus: *o sea* (20 ocurrencias) y *en fin* (10). Estas partículas presentan el miembro del discurso que introducen como una nueva formulación de lo dicho, o como una consecuencia que se debería haber inferido del primer miembro (Martín Zorraquino y Portolés, 1999, p. 4123). Por ejemplo, *o sea*, que aparece en comentarios próximos a la variedad concepcional hablada especialmente en X, introduce la inferencia a partir de lo dicho por otro enunciador (55), donde destaca el empleo de la combinación *o sea que* con valor conclusivo:

- (55) @elindepcom *O sea* , que Ábalos fue aún más socialista que el propio PSOE. (X, 12-06-2025).

El recapitulativo *en fin* anuncia en cambio el término de una secuencia del discurso e introduce la conclusión derivada de miembros anteriores, a veces de forma coorientada. En (56) aparece en el cierre de la respuesta a otro comentario escrito en catalán, dejando implícita una conclusión que busca una mediación entre las posiciones de



los interlocutores y que vehicula cierta resignación por parte del hablante respecto a los partidos políticos:

(56) A: Jo veig que No tots els partits actuen igual. Em vénen al cap ERC o Podemos o la CUP, partits que han tingut més o menys poder, però no han caigut en la corrupció d'aquesta manera.

B: @nombreusuario Cierro, aunque de esos partidos han caído en contradicciones. *En fin*, el partido perfecto no existe (YouTube, 14-06-2025).

6. CONCLUSIONES

En este trabajo se han analizado la frecuencia y funciones de los marcadores discursivos en español peninsular en los comentarios y respuestas a contenidos multimodales publicados en diferentes redes sociales. Desde un enfoque variacionista y comparado, poco explorado aún en los análisis de discurso digital en español, el objetivo del estudio era identificar las estrategias de adaptación lingüística de los usuarios, en particular, en el eje diafásico, teniendo en cuenta los parámetros tecnológicos y sociosituacionales de las plataformas. El análisis cuantitativo-cualitativo se ha basado en cuatro subcorpus de mensajes de Facebook, Instagram, X y YouTube, en los que predomina la expresión de la opinión en torno a dos escándalos de corrupción política en España.

Respecto a la primera pregunta planteada sobre los marcadores discursivos seleccionados por los hablantes en la interacción en estas redes, el análisis ha mostrado un uso preponderante del conector *pero*, del comentador *pues* y del marcador de modalidad epistémica *claro*, con funciones similares en las cuatro plataformas. La presencia de otros conectores, enfocadores, estructuradores y reformuladores es menor, mientras que la de los operadores argumentativos es marginal. Este primer dato corrobora los resultados de estudios previos sobre la preferencia de uso de esos tres marcadores en las redes (Pano Alamán, 2020) y en otros entornos digitales (López Quero, 2007; Landone, 2012; Garcés Gómez, 2024), debido a su carácter polifuncional y a su versatilidad en situaciones próximas al polo de la inmediatez. Asimismo, buena parte de los marcadores analizados adquiere en el contexto de las cuatro plataformas valores que se han identificado en la conversación oral coloquial. Es el caso de *claro*, *bueno* o *vamos* usados en la mayor parte de los mensajes como marcas de ironía en las réplicas.

En cuanto a la segunda pregunta, es posible afirmar que la selección de dichos marcadores responde a las estrategias de adaptación a la situación comunicativa. En el corpus, las partículas más frecuentes, cuyas macrofunciones son la interactiva y la metadiscursiva, se utilizan para modular la fuerza ilocutiva del propio enunciado, expresar el desacuerdo respecto a lo dicho y gestionar la interacción, en función de los factores sociosituacionales del contexto. Los entornos digitales analizados presentan rasgos definidores de lo coloquial como variedad de uso de la lengua en situación, como son la relación social y funcional entre quienes participan en el debate en condiciones de igualdad; un alto grado de dialogicidad, como muestran los numerosos mensajes de réplica al medio y a otros usuarios; y un nivel elevado de



participación emocional debido a que el tema –corrupción política– es polémico, especialmente, cuando el mensaje iniciativo –noticia o vídeo publicado– que desencadena las reacciones de los usuarios contiene las declaraciones de políticos. En un contexto marcado por la inmediatez comunicativa, los hablantes emplean de forma frecuente pocos marcadores propios de la variedad concepcional de la lengua hablada que les permiten adaptar sus mensajes a los parámetros mencionados y reaccionar verbalmente de forma rápida y eficaz, a menudo con ironía, a los contenidos que se acumulan rápidamente en secuencia.

Por último, el empleo de marcadores es más significativo en Facebook, respecto a YouTube e Instagram y, sobre todo, X. Desde el concepto de *affordance*, se han considerado el formato y el modo de visualización de los mensajes. Mientras que en Facebook, YouTube e Instagram, los comentarios breves a la noticia y las respuestas que recibe tienen distinto formato y se publican en estructuras anidadas, en X se presentan con idéntico formato, de forma llana. Este rasgo y la extensión más breve de los mensajes en el microblog parecen fomentar las respuestas al medio y limitar la interacción entre usuarios, un aspecto que podría explicar por qué en los tuits se emplean menos marcadores.

El análisis se apoya en un corpus limitado de comentarios y respuestas que cabría ampliar, teniendo en cuenta también algunos parámetros específicos asociados a los usuarios, como la edad o los motivos que llevan a utilizar una u otra red (véase Informe redes sociales de IAB Spain, 2025). Para indagar sobre este aspecto desde la adaptación lingüística, puede ser eficaz integrar también los datos extraídos de las redes sociales con datos obtenidos mediante test de hábitos sociales (Cantamutto y Vela Delfa, 2020), que permitan relacionar la percepción de los usuarios sobre el contexto digital en el que interactúan con sus elecciones lingüísticas y sus prácticas discursivas.

RECIBIDO: 24.09.2025; ACEPTADO: 13.01.2026.



BIBLIOGRAFÍA

- BACH, Carme (2018). Nuevos géneros discursivos de la era digital: una cuestión de variación lingüística. En Martin Glessgen, Johannes Kabatek y Harald Völker (Eds.), *Repenser la variation linguistique* (pp. 169-84). ÉLiPhi.
- BOLANDER, Brook (2020). Social media research. En Frank Brisard, Jana Declercq, Sigurd D'hondt y Mieke Vandenbroucke (Eds.), *Handbook of Pragmatics* (pp. 31-48). John Benjamins. <https://doi.org/10.1075/hop.22.soc7>.
- BRIZ GÓMEZ, Antonio (2014). Hablar electrónicamente por escrito. *CHIMERA: Romance Corpora and Linguistic Studies*, 1, 77-89.
- BRIZ GÓMEZ, Antonio, PONS BORDERÍA, Salvador y PORTOLÉS LÁZARO, José (Coords.). (2008). *Diccionario de partículas discursivas del español*. Disponible en: <http://www.dpde.es>.
- CANTAMUTTO, Lucía y VELA DELFA, Cristina (2020). Mensajes, publicaciones, comentarios y otros textos breves de la comunicación digital. *Tonos digital*, 38, 1-27.
- COESEMANS, Roel y DE COCK, Barbara (2017). Self-reference by politicians on Twitter: Strategies to adapt to 140 characters. *Journal of Pragmatics*, 116, 37-50. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2016.12.005>.
- DE LUCA, Natalia (2021). Análisis del marcador «tipo» en memes: hacia el concepto de marcador-meme en WhatsApp de interacciones juveniles. *Revista Estudios del Discurso Digital*, 4, 49-70. <https://doi.org/10.24197/redd.4.2021.49-70>.
- DOMÍNGUEZ GARCÍA, Noemí (2007). *Conectores discursivos en textos argumentativos breves*. Arco/Libros.
- ESTRADA ARRÁEZ, Ana y DE BENITO MORENO, Carlota (2016). Variación en las redes sociales: datos twilectales. *Revista Internacional de Lingüística Iberoamericana*, 8(28), 77-111. <https://doi.org/10.31819/rili-2016-142806>.
- FUENTES RODRÍGUEZ, Catalina (1998). *Las construcciones adversativas*. Arco/Libros.
- FUENTES RODRÍGUEZ, Catalina (2009). *Diccionario de conectores y operadores del español*. Arco/Libros.
- GARCÉS GÓMEZ, Pilar (2024). Relaciones enunciativas de explicación y de corrección en los discursos digitales. *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, 100, 1-12. <https://doi.org/10.5209/clac.98396>.
- GIAMMATTEO, Mabel, GUBITOSI, Patrizia y PARINI, Alejandro (Eds.). (2017). *El español en la red*. Iberoamericana / Vervuert. <https://doi.org/10.31819/9783954877386>.
- GÓMEZ TORREGO, Leonardo (2001). La Gramática en Internet. Conferencia en *Nuevas fronteras del español: Lengua y escritura en Internet*. IV Congreso de la Lengua, Valladolid. <https://congresosdelalengua.es/valladolid/paneles-ponencias/nuevas-fronteras/gomez-l.htm>.
- HERRING, Susan C., STEIN, Dieter y VIRTANEN, Tuija (Eds.). (2013). *Pragmatics of Computer-Mediated Communication*. Mouton de Gruyter. <https://doi.org/10.1515/9783110214468>.
- HIDALGO DOWNING, Raquel (2020). Variación de estilo en interacciones digitales: huéspedes y hoteles en reseñas TripAdvisor. *Doxa Comunicación*, 31, 361-380. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n31a18>.
- HUTCHBY, Ian (2001). Technology, texts, and affordances. *Sociology*, 35(2), 441-456. <https://doi.org/10.1177/S0038038501000219>.
- IAB SPAIN (2025). Estudio de Redes sociales 2025. Disponible en: <https://iabspain.es/estudio/estudio-redes-sociales-2025-iab-spain/>.



- KOCH, Peter y OESTERREICHER, Wulf (2007 [1990]). *Lengua hablada en la Rumania: español, francés, italiano*. Gredos.
- LANDONE, Elena (2012). Discourse markers and politeness in a digital forum in Spanish. *Journal of Pragmatics*, 44(3), 1799-1820. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2012.09.001>.
- LÓPEZ QUERO, Salvador (2007). Marcadores discursivos y cortesía en la conversación virtual en español. *Language Design*, 9, 93-112.
- LÓPEZ QUERO, Salvador (2010). Marcas gramaticales de la oralidad en los chats y foros de debate: incorporación de marcadores discursivos del español hablado. *Oralia. Análisis del discurso oral*, 13, 173-195. <https://doi.org/10.25115/oralia.v13i.8108>.
- LÓPEZ QUERO, Salvador (2019). El marcador discursivo *ahora con verba dicendi* en Twitter. *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, 77, 243-260. <https://doi.org/10.5209/CLAC.63287>.
- LÓPEZ SERENA, Araceli y BORREGUERO ZULOAGA, Margarita (2010). Los marcadores del discurso y la variación lengua hablada *vs.* lengua escrita. En Óscar Loureda Lamas y Esperanza Acín Villa (Eds.), *Los estudios sobre marcadores del discurso, hoy* (pp. 325-405). Arco/Libros.
- LOREDO, Rodrigo y PICONE, Muriel (2012). Los marcadores discursivos en Twitter: el uso de #ponele como marca de ironía. En Americo Cristófalo (Ed.), *Actas del V Congreso Internacional de Letras* (pp. 1773-1779). Universidad de Buenos Aires.
- LUTZKY, Ursula y KEHOE, Andrew (2017). 'Oops, I didn't mean to be so flippant'. A corpus pragmatic analysis of apologies in blog data. *Journal of Pragmatics*, 116, 27-36. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2016.12.007>.
- MANCERA RUEDA, Ana y PANO ALAMÁN, Ana (2013). *El español coloquial en las redes sociales*. Arco/Libros.
- MANCERA RUEDA, Ana y PANO ALAMÁN, Ana (2020). *La opinión pública en la red*. Iberoamericana / Vervuert.
- MARTÍN ZORRAQUINO, M.^a Antonia y PORTOLÉS LÁZARO, José (1999). Los marcadores del discurso. En Ignacio Bosque y Violeta Demonte (Dirs.), *Gramática descriptiva de la lengua española* (vol. 3, pp. 4051-4214). Espasa.
- MORENO BENÍTEZ, Damián (2019). Un nuevo operador del desacuerdo: '¿hola?'. *Estudios de Lingüística de la Universidad de Alicante*, n.º monográfico *Macrosintaxis en construcción*, Anexo VI, 157-172. <https://doi.org/10.14198/ELUA2019.ANEXO6.09>.
- PANO ALAMÁN, Ana (2015). Aproximación a los marcadores del discurso en los comentarios de la prensa digital española y argentina. *Revista del Instituto de investigaciones lingüísticas y literarias hispanoamericanas*, 20, 89-114.
- PANO ALAMÁN, Ana (2020). Marcadores discursivos y español coloquial en las redes sociales. *Doxa Comunicación*, 31, 381-401.
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA y ASOCIACIÓN DE ACADEMIAS DE LA LENGUA ESPAÑOLA (2009). *Nueva gramática de la lengua española*. Espasa.
- PADILLA HERRADA, M.^a Soledad (2016). Marcadores y partículas discursivas interactivas en el entorno político/periodístico de Twitter. *Philologia Hispalensis*, 30(1), 193-212. <https://doi.org/10.12795/PH.2016.i30.10>.
- PADILLA HERRADA, M.^a Soledad (2019). De enunciación a modalidad: el caso de *de verdad*. *Estudios de Lingüística de la Universidad de Alicante*, n.º monográfico *Macrosintaxis en construcción*, Anexo VI, 53-72. <https://doi.org/10.14198/ELUA2019.ANEXO6.04>.



- PLACENCIA, M.^a Elena y PARINI, Alejandro (Eds.). (2024). *Introducción al estudio del discurso digital en español*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003327097>.
- PORTOLÉS LÁZARO, José (1998). *Marcadores del discurso*. Ariel.
- SAL PAZ, Julio C. (2007). Rasgos de oralidad en los foros de discusión de la prensa digital. En Luisa Granato y M.^a Leticia Móccero (Eds.), *Diálogo y contexto* (pp. 555-570). Universidad Nacional de La Plata.
- SÁNCHEZ-SAUS, Marta (2023). La variación concepcional en Twitter: análisis a partir del modelo de Koch y Oesterreicher. *RILCE: Revista de filología hispánica*, 39(1), 379-407. <https://doi.org/10.15581/008.39.1.379-407>.
- VELA DELFA, Cristina (2021). *La comunicación por correo electrónico*. Iberoamericana / Vervuert. <https://doi.org/10.31819/9783968691640>.
- VERSCHUEREN, Jef (1999). *Understanding Pragmatics*. Edward Arnold.
- VERSCHUEREN, Jef y BRISARD, Frank (2002). Adaptability. En Jef Verschueren, Jan-Ola Östman, Jan Blommaert y Chris Bulcaen (Eds.), *Handbook of Pragmatics* (pp. 1-24). John Benjamins. <https://doi.org/10.1075/hop.8.ada1>.
- VIRTANEN, Tuija (2017). Adaptability in new media. *Journal of Pragmatics*, 116, 21-26. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2017.03.009>.
- YUS RAMOS, Francisco (2011). *Ciberpragmática 2.0. Nuevos usos del lenguaje en Internet*. Ariel.



