

Análisis de los marcos de participación en la interacción en redes sociales virtuales

Analysis of Interaction Participation Frameworks in Virtual Social Networks

Alejandro Elizondo Romero
Universidad Veracruzana
alelizondo@uv.mx

Resumen

Desde hace décadas, el análisis de marcos de participación tanto en la producción como en la recepción de mensajes en interacciones orales ha sido un tema de interés. Sociólogos, comunicólogos y lingüistas han desarrollado propuestas para describir este proceso en la interacción oral. Sin embargo, al utilizar estos modelos en la interacción mediada por computadora, se hace evidente que, debido a la naturaleza del medio digital, resulta necesario desarrollar modelos propios para la descripción de este tipo de interacciones debido a que los planteamientos de análisis oral no resultan adecuados para el análisis de este nuevo medio. El objetivo de este artículo es desarrollar una propuesta para la descripción y análisis de los marcos de producción y recepción en las redes sociales virtuales.

PALABRAS CLAVE: redes sociales, interacción, comunicación mediada por computadora, producción y recepción de mensajes

Abstract

During decades a topic of interest has been the analysis of participation frameworks both in production and in reception of messages in oral interactions. Researchers from the fields of sociology, communication and linguistics have developed several proposals to describe this process in oral interaction. However, the computer mediated interaction was not considered at the time those models were proposed. Therefore, it is necessary to develop specific models for the description of this type of interactions. The intend of this article is to develop a specific proposal for the description and analysis of production and reception frameworks in virtual social networks.

KEYWORDS: social networks, interaction, computer mediated communication, message production and reception

FECHA DE RECEPCIÓN: 25/07/2019

FECHA DE ACEPTACIÓN: 24/02/2020



Un lugar común al hablar de interacciones comunicativas es que para que estas se lleven a cabo es necesaria la intervención

de por lo menos un emisor y un receptor que transmitan un mensaje. Este marco de participantes en la comunicación oral ha sido criticado por varios autores como Goffman (1981) o Levinson (1987) que apuntan que las interacciones son procesos mucho más complejos de lo que indicaría un mero circuito de hablante, mensaje y oyente.

Un ejemplo que demuestra brevemente la complejidad del evento comunicativo es el que Goodwin (2006, p. 16) utiliza para ilustrar el funcionamiento del modelo de Goffman, que se presenta aquí como (1).

1	Ann	Bien (se aclara la garganta) (0.4)
2		Podría usar un poco de mariguana
3		para poder pasar el fin de semana
4	Beth	¿qué pasó?
5	Ann	Karen tiene esta nueva casa
6		Y toda tiene este (0.2), plateado o dorado
7		Papel tapiz
8		Y Don dice,
9		Tú sabes, esta es la primera vez que vemos esta casa.
10		=cincuenta y cinco mil dólares en Cherry Hill, ¿Cierto?
11		(0.4)
12	Beth	Ajá?
13	Ann	Don dijo (0.3):
14		¿Te obligaron a quedarte con este papel tapiz?
15	Beth	
16	Ann	¿o tú lo escogiste?
17	Beth	

Ejemplo 1 (traducción propia)

En este fragmento, Ann cuenta una anécdota en la que ella, junto con su esposo Don, visitan por primera vez la casa de unos amigos; en algún momento de la visita, Don dice: *¿te obligaron a usar ese papel tapiz o tú lo elegiste?*

Resulta interesante cómo Ann reproduce el mensaje de Don con sus mismas palabras y no como una narración, lo cual lleva a preguntarse quién es el emisor de esa intervención. En un

modelo de emisor-receptor, Ann es la encargada de materializar físicamente el mensaje, pero el creador del contenido de este no es otro sino Don. Además, Goodwin comenta que la escena se vuelve aún más compleja cuando se analiza la función de los receptores, ya que, si bien el mensaje está dirigido a Beth, Don se encuentra también en la habitación escuchando el mensaje transmitido por Ann. Un único papel de *receptor* resulta insuficiente para describir esto, ya que al tomar en cuenta la imagen completa, se tiene un emisor físico que no es el autor del mensaje, un receptor principal y un segundo receptor que es, además, el autor del mensaje y que reacciona a sus propias palabras ahora producidas por Ann.

Ejemplos como este están lejos de ser anomalías en el campo de la conversación, de hecho, resultan muy comunes en conversaciones en donde participan más de tres hablantes. Goodwin (2006) muestra con esta representación de una situación cotidiana la necesidad de una más explícita tipología de los papeles de los participantes en la interacción conversacional.

En el caso de las interacciones llevadas a cabo a través de medios computacionales, como por ejemplo las que se realizan en las redes sociales virtuales (RSV), las características propias del medio tienen un efecto relevante en el número y los papeles de los participantes que pueden o suelen estar involucrados en la interacción. En el campo de la comunicación mediada por computadora (CMC) es posible encontrar análisis como los propuestos por Jirotko, Luff y Gilbert (1991) y Park (2008) que se centran en la CMC en general. De igual forma es posible encontrar propuestas que trabajan sobre el análisis de los marcos de participación en sistemas particulares como Facebook o YouTube (Dynel, 2014; Eisenlauer, 2014; Gerhardt, Eisenlauer y Frobenius, 2014).

Por esta razón, el objetivo de este artículo es proponer un conjunto de categorías descriptivas de los marcos de participación en la interacción que se lleva a cabo en las RSV en general sin limitarse a alguna manifestación en particular desde la óptica de que la descripción de los participantes de la interacción es uno de los rasgos característicos de este tipo de interacción y de su complejidad.

1. Marcos de participación en la interacción oral

La distribución y actuación de los participantes en la comunicación ha sido un objeto de estudio central tanto de la lingüística como de la sociología y la teoría de la comunicación. Cada una de estas disciplinas ha intentado describir cómo es que los individuos participan en eventos comunicativos y qué acciones realizan.

La teoría de la comunicación ha generado diversos modelos descriptivos sobre la comunicación tanto entre las masas como entre los individuos (Lasswell, 1948; Maletzke, 1976), probablemente uno de los más conocidos es el propuesto por Shannon y Weaver (1948), que a pesar de sistematizar de manera muy adecuada el proceso de la comunicación, incluso previendo si se trata de comunicación mediada o no, carece de la profundidad necesaria al no tomar en cuenta la multiplicidad presente entre las distintas posibilidades de emisores y receptores en un evento comunicativo; por ejemplo, este modelo no es capaz de distinguir entre los dos emisores presentes en el ejemplo 1.

Posteriormente, Erving Goffman (1981) encuentra insuficientes las nociones de hablante y oyente comúnmente usadas para describir a los participantes en el proceso comunicativo y propone descomponerlos en unidades más pequeñas analíticamente más manejables. Con esta idea en mente, Goffman estructura el proceso de la comunicación en dos grandes grupos: el formato de producción y el marco de recepción como se muestra en el cuadro 1.

PAPELES DE PRODUCCIÓN		
1	Animador	La caja de sonido
2	Autor	El agente que
3	Responsable	La parte que es representada en las palabras
PAPELES DE RECEPCIÓN		
PARTICIPANTES RATIFICADOS		
1	Receptores directos	El oyente al que el hablante dirige su atención visual y al que espera transferir sus funciones de hablante
2	Receptores indirectos	El resto de los “oyentes oficiales” que podría o no estar escuchando

PARTICIPANTES CIRCUNSTANCIALES		
1	Oyentes casuales	Oyentes "no oficiales"
2	Oyentes furtivos	Seguidores de la conversación "no oficiales"

Cuadro 1. Modelo de participación de Goffman (adaptado de Levinson, 1987)

El formato de producción se desglosa en tres posibles papeles de participación: *animador*, participante que presta su voz para la producción del mensaje, el productor físico; *autor*, constructor del mensaje y de su contenido; *responsable*, participante socialmente responsable por realizar la acción enunciada (Goffman, 1981).¹

Por otra parte, el marco de recepción se divide en *participantes ratificados* y *participantes circunstanciales*. Los participantes ratificados hacen referencia a los potenciales receptores reconocidos por el autor y pueden categorizarse en receptores directos y receptores indirectos. Los participantes circunstanciales se refieren a los receptores no reconocidos ni conceptualizados por el autor. Estos se clasifican en oyentes casuales y oyentes furtivos.

A pesar de tratarse de un modelo sumamente funcional, pues los diferentes papeles de los marcos de emisión y recepción permiten dar cuenta de gran variedad de situaciones comunicativas, Levinson (1987) encuentra tres deficiencias en el modelo de Goffman: las categorías son empíricamente inadecuadas y no alcanzan a cubrir todas las posibilidades de participación; las categorías no son explicadas a conciencia por lo que su uso no es del todo claro; y no distingue consistentemente la aplicación de las categorías en eventos discursivos y en eventos de enunciación.

Levinson expresa que, para subsanar las carencias presentes en el modelo de Goffman, es necesario implementar un nuevo conjunto de marcos de recepción y producción que logren identificar todas las configuraciones posibles con las que los individuos pueden participar en una interacción. Con este fin, Levinson (1987) propone descomponer los papeles de participación tradicionales en sus rasgos mínimos para así reconfigurarlos en categorías más complejas que sean capaces de describir las posibles maneras de participar en las interacciones.

¹ Las traducciones de los términos se retoman de Portolés (2004).

En el polo de la producción, Levinson plantea las siguientes categorías: *participación*, referida a si el papel implica o no participación directa en la interacción, *transmisión*, propiedad con la que cuentan los enunciadores o transmisores y *origen* del mensaje, propiedad de originar el mensaje, la cual se divide en *motivación* o deseo de comunicar un mensaje particular y *forma* como diseño del formato del mensaje. El marco de producción de Levinson se resume en el cuadro 2.²

CARACTERÍSTICA	PARTICIPACIÓN	TRANSMISIÓN	MOTIVACIÓN	FORMA
ROLES DE PRODUCCIÓN PARTICIPATIVOS				
Autor	+	+	+	+
Ghostee ³	+	+	+	-
Vocero	+	+	-	+
Relator	+	+	-	-
Inventor	+	-	+	+
Patrocinador	+	-	+	-
Ghostor	+	-	-	+
ROLES DE PRODUCCIÓN NO PARTICIPATIVOS				
Fuente inicial	-	-	+	+
Responsable	-	-	+	-
Formulador	-	-	-	+

Cuadro 2. Papeles de producción en el modelo de Levinson (1987)

En el polo de la recepción, se proponen las categorías *direccionamiento* cuando el mensaje selecciona un receptor de alguna forma (segunda persona, vocativos, mirada o gestos, entre otros); *recepción*, indica para quién es el mensaje; *participación*, relacio-

² La traducción de los términos en los dos cuadros es propia.

³ Los términos Ghostee y Ghostor se respetan del original, ya que son términos propuestos por el autor sin una traducción posible. En el caso del primero se trata de un emisor completamente oculto como un “escritor fantasma” y el caso del segundo se trata del emisor que oculta al Ghostee.

nado con el concepto de ratificación de Goffman, indica que se participa en la interacción y conlleva a la categoría *vinculación con canal*, definida como la habilidad de recibir el mensaje. El marco de recepción se resume en el cuadro 3.⁴

	DIRECCIONAMIENTO	RECEPCIÓN	PARTICIPACIÓN	VINCULACIÓN CON CANAL
ROLES DE RECEPCIÓN PARTICIPATIVOS				
Interlocutor	+	+	+	+
Receptor indirecto	-	+	+	+
Intermediario	+	-	+	+
Audiencia	-	-	+	+
ROLES DE RECEPCIÓN NO PARTICIPATIVOS				
Oyente	-	-	-	+
Oyente dirigido	-	+	-	+
Destinatario final	-	+	-	-

Cuadro 3. Papeles de recepción en el modelo de Levinson (1987)

Con estas categorías básicas definidas, el lingüista desarrolló los esquemas de producción y recepción que se recogen en los dos cuadros anteriores, en los que se observa cómo los papeles de ambos marcos están, en este modelo, claramente definidos según las posibles combinaciones de los rasgos propuestos.

Como se mencionó anteriormente, otra de las aportaciones de Levinson al sistema de participación es la separación entre eventos discursivos y eventos de enunciación. En Levinson (1987), un evento discursivo es un evento comunicativo en su conjunto, por ejemplo, una conferencia en donde hay roles de participación asignados

⁴ Tanto en el cuadro 2, como en el cuadro 3, los símbolos + y - indican la presencia o ausencia del rasgo en el papel de producción o recepción.

como conferencista y audiencia. Un evento de enunciación se refiere a un turno específico en el que existe un determinado reparto de roles de participación que aplican a ese evento de enunciación, pero que se pueden modificar en el siguiente evento de enunciación.

Los eventos discursivos se ubican en un nivel general, en donde se cuenta con una configuración en los papeles de participación y recepción a nivel global. Si tomamos como ejemplo una transmisión de un programa de radio, en general se podría decir que el conductor del programa es el emisor, y los radioescuchas los receptores. En cambio, los eventos de enunciación se refieren a los intercambios menores que integran una interacción en su totalidad. Cada cambio en la configuración de los papeles de producción y recepción indica un evento enunciativo distinto. Retomando el mismo ejemplo del programa de radio, si bien el conductor ocuparía el papel de emisor, si en algún momento tomara una llamada de los radioescuchas, los papeles se intercambiarían y se convertiría momentáneamente en receptor.

Para Levinson todo evento discursivo está integrado por una secuencia de eventos de enunciación, por lo que los papeles a nivel discursivo serían deducidos a nivel general a partir de la secuencia de eventos de enunciación.

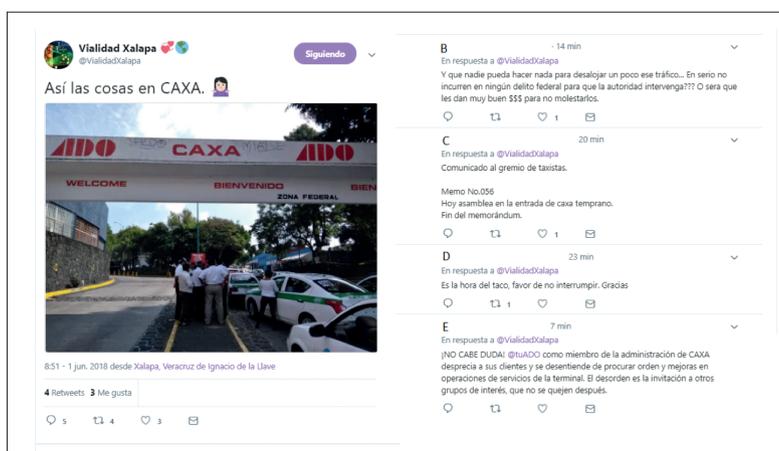
Relacionado con la distinción entre los dos niveles de eventos, otro de los rasgos de la interacción que, según Levinson, no quedaba claramente reflejado en el modelo de Goffman es el dinamismo, es decir, la constante dinámica presente en la asignación de papeles de participación.

Otro concepto relevante dentro de la propuesta de Levinson es el que denomina *outloud* (Levinson, 1987, p. 206). Antes de dar una definición, retomemos un ejemplo que este mismo autor propone: el caso de un individuo en una parada de autobús en donde se encuentran varias personas más y el individuo enuncia algo como “qué calor está haciendo hoy”. Esta intervención no está dirigida específicamente a ninguna de las otras personas que lo rodean, pero al mismo tiempo está abriendo la posibilidad de que cualquiera de ellas tome la voz y reaccione a esta intervención. Los *outlouds*, entonces, se refieren a enunciaciones sin un receptor ratificado directo, pero con múltiples oyentes casuales circunstanciales.

2. Marcos de participación en comunicación mediada por computadora

La comunicación mediada por computadora comparte gran cantidad de elementos con la conversación, pero al mismo tiempo se distingue de ella en diversos aspectos trabajados por varios autores en las dos décadas pasadas. Lingüistas como David Crystal (2011), Susan Herring (2007), Francisco Yus (2010) o Ana Pano y Ana Macera (2014) han investigado distintas características presentes en la comunicación mediada por computadora como la asincronía, la prominencia del canal visual, la no inmediatez, demostrando que si bien existen elementos conversacionales presentes en la CMC, las aproximaciones teóricas dedicadas a estudiar la interacción conversacional cara cara resultan insuficientes para analizar las interacciones mediadas por computadora.

Esta insuficiencia se observa claramente si uno intenta describir, empleando los marcos antes propuestos, los participantes de fragmentos de interacción en redes sociales como en el ejemplo 2. Aquí, a pesar de tratarse de una interacción sumamente simple para la CMC, existen elementos que no es posible explicar con las teorías presentadas.



Ejemplo 2

En la intervención inicial, el emisor representa a una página de información sobre la ciudad de Xalapa (México), y a la imagen le agrega un mensaje. Esta imagen es de la autoría del dueño de la cuenta, pero se ignora la identidad de la persona que la utiliza, o incluso si es una sola persona o varias. Por otro lado, la intervención inicial genera una cantidad considerable de reacciones de diverso tipo como respuestas textuales, emoticones reactivos y, además, es compartida cuatro veces con lo que se generan cuatro interacciones dependientes de esta, cada una con reacciones independientes.

Finalmente, si se presta atención a las reacciones textuales, se puede observar que dos de ellas también generaron reacciones por medio de emoticones reactivos, pero la reacción del usuario identificado como D de igual forma fue compartida en una ocasión, con lo que se generaría una quinta intervención dependiente, pero en este caso a partir de una respuesta. Con esta complejidad en cuenta, surgen varias preguntas al momento de tratar de identificar los papeles de producción y recepción con modelos como los de Goffman y Levinson, por ejemplo: ¿cuál de los papeles propuestos por Goffman o Levinson daría cuenta del participante que comparte la información?, ¿a quién va dirigido su mensaje?, ¿todos los participantes que realizan alguna de las “respuestas” mencionadas en este párrafo ocupan el mismo papel?, ¿qué rol cumpliría el que responde con un emoticón reactivo?, entre otros cuestionamientos.

Por esta razón, resulta evidente que es necesario proponer un modelo que dé cuenta de las características particulares y la complejidad de los marcos de emisión y recepción en la comunicación en redes sociales. El modelo que aquí se propone se desprende de las propuestas tanto de Goffman como de Levinson, pero integra papeles exclusivos de este tipo de interacciones y modifica algunos de los conceptos propuestos por ambos investigadores.

Se parte de la premisa de que existe un formato de producción en el que los hablantes se integran asumiendo un papel determinado, ya sea por ellos mismos o por el emisor en posición inicial que genera la interacción, y un marco de recepción en el que los oyentes, con base en la producción del hablante previo o

en ocasiones del emisor original, deciden de qué forma pueden participar en la interacción o incluso si participarán o no.

Al modelo subyacen tres características heredadas de la propuesta de Levinson: el dinamismo, la distinción entre eventos discursivos y de enunciación, y la utilización de rasgos primarios para la definición de papeles de participación tanto en la recepción como la producción, las cuales se comentarán brevemente a continuación.

La primera de ellas es el dinamismo. Esta característica hace referencia al constante cambio entre papeles de producción que se presentan en la interacción. La gran mayoría de las interacciones comunicativas, como la conversación, se fundamentan en un intercambio de turnos dinámico que permite el intercambio de información (Briz, 2014) y el modelo propuesto aquí permite tomar en consideración esta característica de la interacción.

La segunda característica del modelo, retomada del trabajo de Levinson, es la división entre eventos discursivos y eventos de enunciación. Como ya se comentó anteriormente, los eventos discursivos se refieren a la interacción en general en donde ciertos papeles se mantienen sin modificaciones debido a la misma naturaleza de las interacciones. En cambio, como eventos de enunciación se entiende cada uno de los intercambios en donde existe una configuración específica de papeles de interacción, es decir, un evento discursivo estaría integrado por, al menos, un evento de enunciación, aunque lo normal sería que se tratara de una serie de estos. Esta distinción queda en el modelo de Levinson más bien como una distinción teórica, sin que se aclare cuáles son los papeles, o en qué circunstancias esos papeles definen el evento discursivo. Sin embargo, en el modelo que aquí se propone, se retoma esta distinción para preguntarnos si existen papeles invariables en cada interacción en redes sociales (eventos discursivos), además de cuáles son los papeles que sí van alternando en los eventos de enunciación.

De la tercera característica se retoma la idea de que existen rasgos primarios que al combinarse son capaces de generar papeles tanto de producción como de recepción. De este punto se hablará mucho más a profundidad cuando se expongan los marcos de producción y recepción en la CMC.

Además de estas características heredadas del modelo de Levinson, en el modelo se añan otras propiedades inherentes a la CMC y a las interacciones en RSV que afectan de manera particular a los marcos de participación en las interacciones realizadas en redes sociales. Estas características se convierten en peculiaridades que definen a los marcos de participación, haciendo que haya rasgos y papeles nuevos, que no estaban, ni podían estar en los sistemas que describen la interacción oral presencial.

2.1 Marco de producción

Tomando como base la propuesta de Levinson, el modelo de papeles de producción en redes sociales utiliza el proceso de deconstrucción en rasgos mínimos para posteriormente combinarlos y determinar cuáles son las formas posibles en que los individuos pueden participar en la interacción. Para describir este tipo de interacciones se proponen los siguientes seis rasgos. De ellos, los conceptos de participación y transmisión son tomados sin modificación de Levinson (1987) y los cuatro restantes son propuestos de manera original en este trabajo para la interacción que nos ocupa:

- *Participación*: al igual que sucede en la conversación, se define a la participación como la contribución activa en la producción de mensajes.
- *Transmisión*: definida como la actividad física de transmitir los mensajes.
- *Creación de contenido*: acción de crear el contenido proposicional de los mensajes.
- *Modificación de contenido*: hace referencia a la acción de tomar contenido previamente creado por un tercero y reutilizarlo con una nueva significación.
- *Diseño*: acción de diseñar la forma lingüística y estructura de los mensajes.
- *Posición inicial*: se refiere a la acción de producir la primera intervención en una interacción.

Pasemos, entonces, a los papeles de los participantes que se definen en virtud de estos rasgos. En primer lugar, al identificarlos se encontró que, a diferencia de las interacciones conversacionales, en las que se llevan a cabo en redes sociales se presenta un factor distintivo que es la posibilidad de diferenciar al menos un papel que se define únicamente en el nivel del evento discursivo, mientras que los demás son papeles enunciativos. La diferencia entre eventos discursivos y eventos enunciativos quedaba solo en el plano teórico en el modelo de Levinson, pero tiene un correlato real en la diferenciación de los participantes de la interacción dentro de este modelo. A diferencia de las interacciones orales, en las llevadas a cabo en redes sociales, a pesar de que la mayoría de los papeles de producción se presentan en el nivel de la enunciación, se presenta un papel de producción exclusivo del nivel discursivo: el de emisor inicial.

	PARTICIPACIÓN	TRANSMISIÓN	CREACIÓN DE CONTENIDO	MODIFICACIÓN DE CONTENIDO	DISEÑO	POSICIÓN INICIAL
Emisor inicial	+	±	±	±	±	+

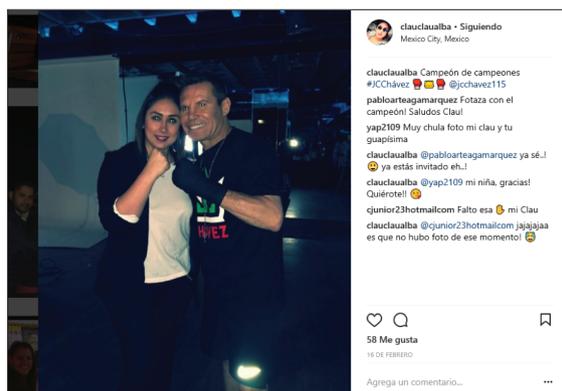
Cuadro 4. Rasgos del emisor inicial⁵

Emisor inicial: +participa, ±transmite, ±crea, ±modifica, ±diseña, +inicia. El emisor inicial se caracteriza por producir la primera intervención en un discurso. Se diferencia de los demás papeles debido a que, al encontrarse en el nivel del discurso, se le permite la producción de ciertos tipos de intervenciones exclusivas, además de otorgarle privilegios como la capacidad de eliminar completamente la interacción y tener así control de la permanencia de la interacción. Cada discurso debe comenzar con un emisor inicial, pero este no puede aparecer en ninguna otra posición en el discurso, es decir, inicia discursos, pero no enunciaciones.

Uno de los ejemplos más claros de los privilegios del emisor inicial se presenta en la red Instagram, en donde únicamente el emisor que funja como emisor inicial tiene la posibilidad de pro-

⁵ En este cuadro el signo + indica la presencia del rasgo de manera obligatoria, pero el signo ± indica la presencia o ausencia opcional del rasgo cuando se trata del papel de producción emisor inicial.

ducir una intervención que incluya una imagen. El resto de los participantes sólo pueden participar con intervenciones textuales. El ejemplo 3 muestra al emisor inicial participando con una imagen y a los demás participantes con intervenciones textuales.



Ejemplo 3

Otro privilegio del que goza el emisor inicial es contar con la capacidad de eliminar de tajo toda la conversación, a diferencia de los participantes no iniciales que únicamente son capaces de eliminar sus propias intervenciones.

A continuación, se presentan los demás papeles que completan el marco de producción en el nivel de la enunciación, donde es especialmente importante el potencial dinámico con el que cuentan y por el que se presentan en constante cambio dentro de la interacción.

	PARTICIPACIÓN	TRANSMISIÓN	CREACIÓN DE CONTENIDO	MODIFICACIÓN DE CONTENIDO	DISEÑO
Fuente de información	-	-	+	+	-
Autor	+	+	+	-	+
Reproductor	+	+	-	-	-
Prosumidor	+	+	-	+	+
Director	-	-	+	-	-
Vocero	+	+	-	-	+

Cuadro 5. Papeles de producción en redes sociales

Fuente de información: -participa, -transmite, +crea, +modifica, -diseña
 La fuente inicial de información no participa directamente en la enunciación del mensaje, pero provee contenido, y en ocasiones delimita el diseño de la forma del mensaje. Este papel se presenta comúnmente en el discurso referido en interacciones orales de tipo *Juan me dijo* “No te vayas”; sin embargo, resulta relevante que, aunque no sea exclusivo de la comunicación en redes sociales, en este tipo de interacción es sumamente común el uso de información creada por terceros para la transmisión de un mensaje y, por tanto, es muy frecuente que el marco de producción de un acto de enunciación incluya un papel “fuente” claramente diferenciado de los demás papeles del marco de producción. Un ejemplo de esto es el funcionamiento de los *memes*, imágenes acompañadas de texto transmitidas y retransmitidas por los usuarios de una red. Salvo el creador del meme, todos los demás usuarios únicamente transmiten esta intervención a sus contactos. En el ejemplo 4 el usuario identificado como LHV transmite un mensaje inicialmente creado por la página VIX que fungiría como fuente inicial de información.

Un ejemplo distinto de fuente inicial de información es el uso de enlaces de hipertexto cuando se comparte información de algún sitio de internet fuera de la red. La información contenida en el enlace es relevante para la interacción, pero su origen es externo. En este caso, como se demuestra en el ejemplo 5, la información incluso puede ser generada por el mismo usuario, pero en espacios distintos; así, en este ejemplo se observa cómo un tuit de un periódico

virtual se enlaza mediante hipertexto a la nota en su sitio web. En este ejemplo el usuario es físicamente el mismo, pero en el evento enunciativo la fuente de la información que se está transmitiendo, es decir, la página web, participa de manera distinta de aquel participante que está transmitiéndolo, un usuario de Twitter que comparte una noticia. En este ejemplo el papel pre-



Ejemplo 4

sentaría el rasgo de +creación, pero si la información tuviera un origen distinto, el rasgo presente sería el de +modifica.



Ejemplo 5

Autor: +participa, +transmite, +crea, -modifica +diseña

De manera similar a la figura en la propuesta de Levinson en la conversación, en la interacción en redes sociales el papel del autor se caracteriza por tener la capacidad de crear contenido, transmitirlo y diseñar el mensaje.

En el ejemplo 6, el emisor es el creador del contenido del mensaje, pero además él mismo lo transmite, diseña y comparte.



Ejemplo 6

Reproductor: +participa, +transmite, -crea, -modifica, -diseña

La característica principal de este papel de participación es que únicamente transmite contenido, pero no lo crea ni lo modifica. Su función se limita a reproducir y transmitir contenido. Cabe mencionar que el reproductor, al no contar con el rasgo de +crea, necesariamente implica que la información proviene de una fuente distinta a él.

En el ejemplo 7 el reproductor se limita a retransmitir la información del autor del mensaje sin agregar o cambiar nada del contenido ni del diseño de la intervención.



Ejemplo 7

Prosumidor: +participa, +transmite, -crea, +modifica, +diseña

El papel del prosumidor se centra en la idea de que el emisor es también receptor de un mensaje, es decir, produce y consume mensajes. El prosumidor recibe un mensaje, lo interpreta y lo modifica para volverlo a enviar a otros receptores con una intencionalidad distinta a la original. La manera en la que el prosumidor puede modificar el mensaje original puede ser de distintas formas, ya que puede cambiar la fuerza ilocutiva del mensaje, el tono o la intención con la que originalmente se creó.



Ejemplo 8

En el ejemplo 8 se observa cómo en el mensaje original publicado por el usuario @joseAmeadeK, este hace referencia a sus intenciones de ser electo como presidente, pero el mensaje es retomado por @DeniseDresserG como base para crear un nue-

vo mensaje con el que, mediante una nueva aportación, se burla del autor inicial.

Director: -participa, -transmite, +crea, -modifica, -diseña

Una de las peculiaridades de la interacción en redes sociales es la presencia de entidades políticas, comerciales o gubernamentales que interactúan como si se tratara de un individuo. De manera similar a la figura del director de Goffman, estas entidades comúnmente se valen de los servicios de un usuario que los represente en la red y diseñe sus interacciones, pero es la entidad la que establece la posición mediante los contenidos publicados.



Ejemplo 9

En el ejemplo 9, una persona —que no está visible o no es reconocible en la red social— funge los papeles de autor y vocero, pero el mensaje representa a una empresa, en este caso Cinépolis, que es el director, por lo que esta interacción representa los intereses de la empresa y no del vocero y ni siquiera del que diseñó el contenido del mensaje.

Vocero: +participa, +transmite, -crea, -modifica, +diseña

Si el papel del director hace referencia a la creación de contenidos, el vocero es el encargado de la producción del mensaje. En este sentido, se trata del individuo que participa, transmite y diseña los mensajes bajo las indicaciones del director.

El ejemplo 10 ilustra cómo una entidad, en este caso, el partido político PRI, participa como director, y la persona encargada de manejar sus cuentas de redes sociales participa como vocero.

Este ejemplo muestra un mensaje publicado por @PRI_Nacional, cuenta oficial del partido político, pero que es manejada



Ejemplo 10

por un individuo que transmite los contenidos dictados por los miembros del partido.

2.2 Marco de recepción

El marco de recepción cuenta de igual forma con una serie de rasgos propios que, al combinarse, determinan los papeles de recepción posibles en la interacción en redes sociales. Algunos son comunes al marco de producción y otros son específicos del de recepción. De estos, *participación* y *ratificación* se retoman de la propuesta de Levinson, y los otros tres son propuestos aquí de forma original. Los rasgos son los siguientes:

- *Participación*: implica la participación directa o indirecta del usuario en el proceso de recepción. En el caso de la comunicación en redes sociales, la participación se refiere a la característica del usuario de recibir el mensaje ya sea de manera directa al tener acceso a la red en la que se realiza la interacción, o de manera indirecta por medio de un usuario intermedio.
- *Conexión*: se refiere a la conexión directa del usuario al canal de comunicación. En el contexto de las redes so-

ciales, se refiere a estar conectado de manera directa a internet para que se lleve a cabo la interacción.

- *Dirección*: se refiere al hecho de ser señalado directamente como aquel individuo o individuos a quien(es) va dirigido el mensaje a través de medios lingüísticos (conjugaciones, pronombres, etc.), o estructurales (etiquetado, o función de respuesta).
- *Ratificación*: hace referencia al concepto nombrado de igual forma por Goffman (1981) y llamado “dirección” por Levinson (1987), pero con algunas distinciones derivadas de la dinámica interactiva de la red. La ratificación indica si un determinado receptor fue considerado como tal por el emisor del mensaje. Un ejemplo de esto en la conversación serían dos personas hablando en los asientos del autobús que no se percatan de que el pasajero en el asiento trasero está escuchando su conversación. Este tercer pasajero escucha la conversación, pero para el emisor no forma parte de sus destinatarios, es decir, no está ratificado en el marco de recepción de este intercambio.
- *Registro*: indica si los usuarios se encuentran o no registrados en la red. En la gran mayoría de los casos los sistemas de las redes permiten, con funcionalidad limitada, el acceso a las interacciones llevadas a cabo en ellas. De esta forma, un usuario de internet, aunque no esté registrado en Facebook, es capaz de observar las interacciones y algunos datos de los usuarios de esta. Lo mismo sucede en Twitter, donde es posible observar las interacciones sin estar registrado, pero no participar en ellas.

Como se muestra en el cuadro 6, las diferentes combinaciones de estos rasgos dan como resultado los posibles papeles de recepción presentes en las interacciones en redes sociales.

	PARTICIPACIÓN	CONEXIÓN	DIRECCIÓN	RATIFICACIÓN	REGISTRO
Interlocutor	+	+	+	+	+
Audiencia	+	+	-	+	+
Receptor indirecto	+	+	-	-	+

Receptor externo	+	+	-	-	-
Receptor casual	+	-	-	-	-

Cuadro 6. Marco de recepción en redes sociales

Interlocutor: +participa, +conectado, +dirigido, +ratificado, +registrado
Se trata del receptor ordinario, similar al de la conversación, pero que en este contexto está sujeto a las dinámicas de la red, como por ejemplo los procesos de dirección mediante etiquetación.

En el ejemplo 11 se muestra cómo, mediante la acción *responder*, el sistema organiza visualmente las respuestas directas a un interlocutor específico. En este caso, el emisor Gustavo Naranjo responde a una intervención previa de León Krauze, y este, a su vez, responde a Gustavo Naranjo.



Ejemplo 11

Audiencia: +participa, +conectado, -dirigido, +ratificado, +registrado
A diferencia de la categoría interlocutor en la conversación, en la que su papel es reducido, la audiencia en las redes participa más en el proceso de recepción de estas interacciones. Si un emisor no dirige su mensaje a un interlocutor específico, se asume, por defecto, que los receptores son todos los seguidores del emisor, por lo que la audiencia estará integrada por esta masa de receptores no dirigidos, pero sí ratificados, y que, por ello, potencialmente pueden responder al mensaje recibido.

En el ejemplo 12 el autor etiqueta a un interlocutor, pero además realiza una pregunta que se lanza a un indefinible grupo de interlocutores también (designados aquí con la segunda



Ejemplo 12

persona de plural “creen”). Es importante diferenciar entre esta masa de interlocutores y una audiencia siempre presente en estas interacciones, que no es marcada directamente en el discurso, pero que es capaz de participar si así lo desea.

Receptor indirecto: +participa, +conectado, -dirigido, -ratificado, +registrado. Además de llegar a un interlocutor específico y a una audiencia general, ambos ratificados por el emisor, un mensaje puede llegar, de manera indirecta, a un tercer receptor a través de, por ejemplo, un prosumidor intermediario.

En el ejemplo 13, el prosumidor Brozo retransmite un mensaje originalmente emitido en la página *elmañanero diario.com* agregando un comentario para acompañar su publicación. Entre la audiencia de este mensaje se encuentra un segundo prosumidor llamado Víctor que de nueva cuenta comparte el mensaje a su audiencia. Brozo genera su mensaje tomando en cuenta las características de su audiencia, pero ignora que

el mismo mensaje va a llegar a una segunda audiencia a través de la retransmisión de Víctor, siendo esta segunda audiencia de un nuevo discurso derivado del primero. Es importante recalcar que, en este segundo discurso generado por el usuario Víctor, hay una nueva configuración de papeles ya que, en él, Brozo deja de participar como un emisor y se convierte en la fuente de información y Víctor asume un papel de prosumidor, siendo parte de la audiencia en el discurso inicial.



Ejemplo 13

Receptor externo: +participa, +conectado, -dirigido, -ratificado, -registrado
Uno de los rasgos específicos del proceso de recepción en redes sociales es la característica de los usuarios de estar o no registrados en la red. Como ya se comentó previamente, los usuarios no registrados pueden observar los mensajes generados en la red, pero no son capaces de participar en la interacción. Además, el emisor no puede tener certeza de su presencia o ausencia como sí lo hace con la audiencia.

Receptor casual: +participa, -conectado, -dirigido, -ratificado, -registrado
Papel que hace referencia a receptores externos a internet a los que la información compartida les llega por terceras personas sí conectadas a la red mediante la generación de eventos discursivos distintos. Por ejemplo, un observador que tiene contacto con la interacción a través de la cuenta de otro usuario.

2.3 Fenómenos específicos de la participación en la CMC

En apartados anteriores se ha presentado una propuesta de los marcos de participación en redes sociales virtuales que coinciden parcialmente con los marcos de participación de la conversación o de otro tipo de interacciones cara a cara, pero en los que se han ido señalando algunas diferencias en cuanto a los rasgos relevantes para definirlos y algunos de los papeles de participación exclusivos de la interacción en redes sociales (prosumidor, fuente de información y receptor casual).

Sin embargo, las particularidades de los marcos de participación en RSV no consisten solo en la presencia de participantes que no existen en los demás tipos de comunicación. Los distintos tipos de interacciones muestran también distinciones interesantes que se presentan en otros aspectos como la frecuencia y las posibilidades estructurales que permite el mismo contexto de las redes sociales. Así ocurre con dos fenómenos particulares de los marcos de participación en la interacción en redes sociales virtuales: los *outlouds* y el sistema de etiquetación.

2.3.1 Outlouds

Como se mencionó al describir la propuesta de Levinson (1987,

p. 206), el fenómeno de *outloud* describe la situación en la que un emisor produce un mensaje sin seleccionar a un receptor ratificado directo, pero en presencia de múltiples oyentes casuales circunstanciales, como en el ejemplo del individuo que dice en voz alta, en presencia de otros individuos que esperan el autobús en la misma parada que él, “qué calor está haciendo hoy”.

En las interacciones orales cotidianas el fenómeno de *outloud* no es imposible, pero considero que no constituye un fenómeno frecuente. En cambio, en las interacciones en redes sociales virtuales podríamos pensar que constituye un fenómeno enormemente frecuente. En redes sociales es norma que las intervenciones emitidas cuentan con un número amplio pero indeterminado de observadores que pueden o no participar en la interacción, pero que sí están ratificados. El emisor, al no ignorar su presencia, es consciente de que cualquiera de los individuos comprendidos en esta masa de receptores puede tomar la palabra y reaccionar a sus emisiones, aunque evidentemente su mensaje no está dirigido a ninguno de ellos en particular.

2.3.2 Etiquetación

Debido a la naturaleza del medio, y a diferencia del modelo de Levinson, en el que se define a la ratificación como una característica del mensaje con la cual se selecciona de manera directa al receptor mediante gestos, conjugaciones en segunda persona, vocativos, miradas o una combinación de todas las anteriores (1987, p. 184), en la interacción en redes sociales elementos corporales como los gestos o las miradas no son funcionales y han tenido que ser sustituidos por mecanismos como el etiquetado o la distribución visual de las intervenciones. El sistema de etiquetado, inicialmente utilizado en Twitter, pero que ha ido extendiéndose como una práctica común en casi todas las redes e incluso en sistemas de mensajería como WhatsApp, posibilita, mediante la anteposición del carácter @ al nombre del usuario, marcarlo o “etiquetarlo” como interlocutor de este mensaje. Este mecanismo ha demostrado ser sumamente funcional debido al carácter asincrónico de estas interacciones, además de marcar visualmente al receptor, permite, de diversas formas, dependiendo de cada red, notificar al usuario que

ha sido mencionado y por lo tanto invitarlo a que responda el mensaje que le ha sido enviado. En el ejemplo 14, @arnemx, autor del mensaje, se dirige directamente a @Claudiashein empleando la etiqueta como una forma de asegurarse de que el mensaje llegue a ella y la pregunta que realiza quede a la espera de una posible respuesta por parte de esta interlocutora.

Sin embargo, al analizar el funcionamiento de este elemento, es posible observar que los usuarios no lo utilizan únicamente como un marcador de interlocución, sino que han desarrollado usos secundarios como los que se muestran a continuación en los ejemplos 15 y 16.



Ejemplo 15



Ejemplo 14

En el ejemplo 15 el autor @aurelionuno utiliza la etiquetación para mencionar a @JoseAmeadeK con la intención no de ratificarlo como el interlocutor, ya que la intervención no cuenta con un interlocutor ratificado y funciona en forma de un *outloud*. En este caso, la función del etiquetado permite que se le notifique a @JoseAmeadeK que se está hablando de él. Al hacer esto, de forma crucial para la descripción de los marcos de participantes en esta interacción, mediante la función de notificación automática presente en la red, los seguidores de @JoseAmeadeK también pasan a recibir el mensaje y se convierten inmediatamente en receptores indirectos de un evento comunicativo en el que, sin la etiqueta, no habrían participado.

En el ejemplo 16, además de etiquetar a @JoseAmeadeK, de nuevo no como interlocutor sino como el sujeto del que se



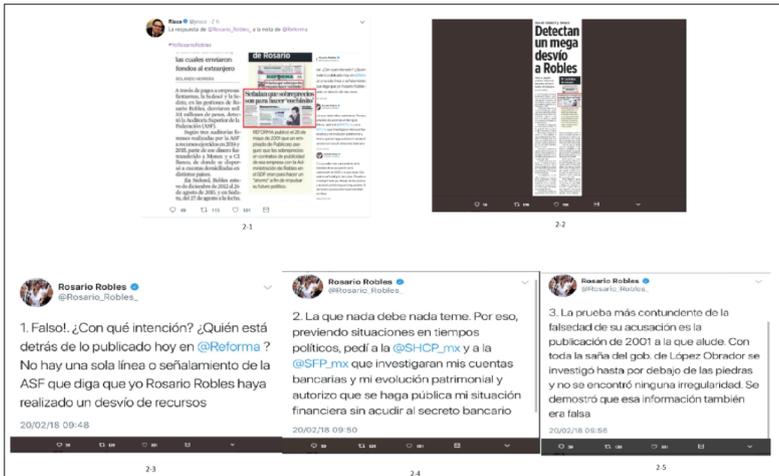
Ejemplo 16

está hablando, y con la intención de que por medio de la etiquetación el mensaje llegue de manera indirecta a sus seguidores, el autor de igual forma etiqueta a @lopezobrador_, en este ejemplo como objeto de un ataque. De esta forma se logra, como antes, con la etiqueta, que el mensaje llegue a @lopezobrador_, pues la red le notifica que fue mencionado, y a sus seguidores en la red, logrando en este caso mayor difusión para el ataque que se realiza en el mensaje. Es importante notar que tampoco esta segunda etiquetación funciona como un marcador de interlocutor, ya que la forma de segunda persona del plural utilizada indicarían que el interlocutor ratificado para el que va dirigido este mensaje es un “ustedes” abstracto que representa a los seguidores de @aurelionuno.

2.4 Ejemplos de participación en redes sociales

De acuerdo con el modelo propuesto, en este apartado se analizará un ejemplo y una selección de respuestas con la intención de ilustrar cómo los papeles propuestos describen la interacción de los usuarios en las redes sociales.

El ejemplo 17 presenta únicamente el primer momento de enunciación de un evento discursivo sumamente complejo,



Ejemplo 17

<p>Enunciación 1</p>	<p>MARCO DE PRODUCCIÓN</p> <p>Prosumidor: @jrisco</p> <p>Fuente inicial: Nota de Rolando Herrera publicada en Reforma, tuits de @Rosario Robles_</p> <hr/> <p>MARCO DE RECEPCIÓN</p> <p>Interlocutores: @Reforma y @Rosario_Robles_</p> <p>Audiencia: Seguidores de @jrisco</p> <p>Receptor indirecto: Seguidores de @Reforma y @Rosario Robles.</p> <p>Receptor externo: No seguidores de @jrisco, @Reforma y @Rosario_Robles</p>	<p>La respuesta de @Rosario_Robles_ a la nota de @Reforma</p>
----------------------	--	---

Cuadro 7. Participación en el ejemplo 17

ya que, cabe recordar, en el contexto de la interacción en redes sociales estos pueden llegar a incluir cientos e incluso miles de eventos de enunciación, por lo que la complejidad en cuanto a los papeles de participación es bastante mayor de lo que suele

presentarse en una conversación oral. El cuadro 7 muestra una intervención que incluye dos fuentes iniciales dentro de ella, una imagen de una nota publicada en un periódico y una serie de tuits publicados por otra usuaria.

En el marco de producción, en este evento de enunciación, @Jrisco toma el papel de prosumidor al compartir información previamente publicada, para después organizarla y presentarla modificada a su audiencia. Es interesante mencionar que, si bien las dos fuentes de información participan en la interacción de manera similar, sus características son bastante distintas.

La primera fuente de información (imagen 2-1) es una nota periodística publicada fuera de la red y funciona de la misma forma que un enlace de hipertexto, solo que al presentarse en formato de una imagen no es necesario acceder a ella en un



Ejemplo 18

En cambio, la segunda fuente de información está tomada de una serie de tres tuits publicados por @Rosario_Robles_ (imágenes 2-3 a 2-5), en los que etiqueta a dos receptores más: @SHCP_mx y @SFP_mx, y que podría ser analizada como una enunciación independiente, pero en el marco del evento discursivo que se analiza en este ejemplo, estas intervenciones únicamente llegan al receptor por medio del mensaje publicado por @jrisco, por lo que, a pesar de estructuralmente ser una enunciación, en este caso su función se limita al papel de fuente de información.

El ejemplo 18 muestra algunas de las respuestas generadas por este mensaje entre la audiencia de @jrisco, es decir, los eventos de enunciación, posteriores a 17, parten todos ellos del mismo evento discursivo.

Enunciación 2	MARCO DE PRODUCCIÓN Autor: @oachis	¿A poco creen que va tener el dinero a su nombre? Los que saben a dónde se fue el dinero son los que la contrataron para quitarle votos a ya sabes quién en el 2012.
	MARCO DE RECEPCIÓN Interlocutores: @Jrisco, @Rodrigo49437297, @Reforma y @Rosario_Robles_ Audiencia: Seguidores de @oachis Receptor indirecto: seguidores de @jrisco, @Rodrigo49437297, @Reforma y @Rosario_Robles Receptor externo: No seguidores	
Enunciación 3	MARCO DE PRODUCCIÓN Autor: @Bishitoo	La está exhibiendo. Para que la gente se dé cuenta de la hipocresía de Chayito.
	MARCO DE RECEPCIÓN Interlocutor: @Tollomz, @jrisco, @Reforma y @Rosario_Robles_ Audiencia: seguidores de Bishitoo Receptores indirectos: seguidores de: @Tollomz, @jrisco, @Reforma y @Rosario_Robles_ Receptor externo: no seguidores	
Enunciación 3.1	MARCO DE PRODUCCIÓN Autor: @gusagus3	¿Hipocresía? Conveniencia política digo yo, no olvidemos de dónde proviene la Robles.
	MARCO DE RECEPCIÓN Interlocutor: @Bishitoo Audiencia: Seguidores de @gusagus2 Receptores indirectos: seguidores de: @Bhistoo, @Tollomz, @jrisco, @Reforma y @Rosario_Robles_	

Enunciación 4	MARCO DE PRODUCCIÓN Autor: @angelsoy4	Sería estúpido pensar que el dinero lo tendría en su cuenta. No sé con quién crees que estás tratando.
	MARCO DE RECEPCIÓN Interlocutor: @jrisco, @Reforma y @Rosario_Robles_ Audiencia: Seguidores de @angelsoy4 Receptores indirectos: seguidores de @jrisco, @Reforma y @Rosario_Robles_ Receptor externo: no seguidores	
Enunciación 5	MARCO DE PRODUCCIÓN Autor: @OcamQuim	Si no la están acusando de pen... la están acusando de haber permitido el desvío, que si bien no terminó en su cuenta si terminó en campañas del @PRI_Nacional_.
	MARCO DE RECEPCIÓN Interlocutores: @jrisco, @ Reforma y @Rosario_Robles_ Audiencia: Seguidores de @OcamQuim Receptor indirecto: seguidores de @jrisco, @ Reforma y @Rosario_Robles_ Receptor externo: No seguidores	

Cuadro 8. Participantes en el ejemplo 18

Esta serie de respuestas es una pequeña muestra de la complejidad que puede llegar a alcanzar la distribución de papeles de participación en las interacciones en redes sociales, ya que incluso se presenta un segundo nivel de enunciación en 3.1 mediante una respuesta a una respuesta previa.

Conclusiones

Las interacciones conversacionales y las que se llevan a cabo en las redes sociales virtuales comparten una buena cantidad de rasgos y

elementos en sus marcos de producción y recepción; sin embargo, como este artículo ha demostrado, estos marcos también se diferencian en aspectos importantes. No todos los rasgos relevantes en la descripción de los marcos de participación en la conversación resultan útiles para describir las interacciones en la CMC debido al grado de complejidad presente en la comunicación en redes sociales.

Es por esto que los modelos descriptivos realizados para las interacciones orales se vuelven insuficientes para describir lo que se lleva a cabo en estos nuevos espacios. Modelos simples como el de Shannon y Weaver (1948), o incluso los propuestos por Goffman (1981) y Levinson (1987) brindan un gran punto de partida para el análisis, pero las mismas distinciones propias de estos medios hacen que los modelos previos, pensados principalmente para las interacciones orales y prototípicamente cara a cara, no sean completamente funcionales para su aplicación en las interacciones que se lleven a cabo en las redes sociales.

Por esta razón, en este artículo se ha planteado un modelo de análisis de los marcos de participación en la interacción en redes sociales virtuales en el que se propone un conjunto de papeles de participantes en el marco de emisión y otro para el marco de recepción, basados en rasgos que caracterizan específicamente la interacción en redes sociales virtuales. Además, la distinción teórica entre eventos discursivos y de enunciación tiene su correlato real en uno de los participantes del marco de emisión.

Asimismo, además de que hay rasgos y papeles que diferencian ambos tipos de interacciones, existen también algunas diferencias de frecuencia. Por ejemplo, aunque el papel de “audiencia” se había descrito ya para dar cuenta de un papel del marco de recepción de las conversaciones, el funcionamiento de la interacción en redes sociales otorga a este papel una posición central en el funcionamiento de estas interacciones, que no tiene en las conversaciones.

Fenómenos generales de la CMC como la asincronicidad o la prominencia del canal visual, y fenómenos específicos del funcionamiento de los marcos de participación como los *out-louds*, la etiquetación o las abundantes distinciones entre posibles emisores o receptores, dejan en claro estas diferencias.

Lo anterior confirma que un modelo como el que se propone en este artículo contribuye a comprender cómo son las interacciones que aquí se analizan, es decir, cómo se materializa esa intuición de que son interacciones muy complejas y, específicamente, cómo esa intuida complejidad puede depender en parte de las diferentes maneras en que los individuos pueden participar en ellas.

Referencias

- BRIZ, A. (2014). Hablar electrónicamente por escrito. *Chimera Romance Corpora and Linguistic Studies*, 1, 77-89.
- CRYSTAL, D. (2011). *Internet Linguistics: A Student Guide*. Nueva York: Routledge.
- DYNEL, M. (2014). Participation Framework Underlying YouTube Interaction. *Journal of Pragmatics*, 73, 37-52.
- EISENLAUER, V. (2014). Facebook as a Third Author—(Semi-) Automated Participation Framework in Social Network Sites. *Journal of Pragmatics*, 72, 73-85.
- GERHARDT, C., EISENLAUER, V. y FROBENIUS, M. (2014). Participation Framework Revisited: (New) Media and their Audiences / Users. *Journal of Pragmatics*, 72, 1-5.
- GOFFMAN, E. (1981). Footing. En E. Goffman, *Forms of Talk* (pp. 124-159). Filadelfia: University of Pensilvany Press.
- GOODWIN, C. (2006). Interactive Footing. En E. Holt y R. Clift (eds.), *Reporting Talk: Reported Speech in Interaction* (pp. 16-46). Cambridge: Cambridge University Press.
- HERRING, S. C. (2007). A Faceted Classification Scheme for Computer-Mediated Discourse. *Language@Internet*.
- JIROTKA, M., LUFF, P. y GILBERT, N. (1991). Participation Frameworks for Computer Mediated Communication. En L. Bannon y M. Robinson (eds.), *Proceedings of the Second European Conference on Computer-Supported Cooperative Work ECSCW'91* (pp. 279-291). Dordrecht: Springer.
- LASSWELL, H. D. (1948). The Structure and Function of Communication in Society. En W. Schramm (ed.), *Mass Communications* (2ª ed., pp. 117-129). Urbana: The University of Illinois Press.

- LEVINSON, S. C. (1987). Putting Linguistics on a Proper Footing: Explorations in Goffman's Concepts of Participation. En P. Drew y A. Wootton (eds.), *Erving Goffman: Exploring the Interaction Order* (pp. 161-227). Cambridge: Polity Press.
- MALETZKE, G. (1976). *Psicología de la comunicación social*. Quito: Época.
- PANO, A. y MANCERA, A. (2014). Identidades falsas en Twitter: la ironía y el humor verbal como mecanismos paródicos. *Discurso y sociedad*, 8, 507-536.
- PARK, J. R. (2008). Linguistic Politeness and Face-Work in Computer-Mediated Communication, Part 1: A theoretical Framework. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 59(13), 2051-2059.
- PORTOLÉS, J. (2004). *Pragmática para hispanistas*. Madrid: Síntesis.
- SHANNON, E. y WEAVER, W. (1948). *The Mathematical Theory of Communication*. Urbana: The University of Illinois Press.
- YUS, F. (2010). *Ciberpragmática 2.0*. Barcelona: Ariel.