

Revista Española de Lingüística

Órgano de la Sociedad Española de Lingüística

RSEL

46|2

Julio-Diciembre
2016

Edita
SeL

REVISTA ESPAÑOLA DE LINGÜÍSTICA
(RSEL)
46/2

Edita

SeL

REVISTA ESPAÑOLA DE LINGÜÍSTICA (RSEL)

ISSN: 0210-1874 • eISSN: 2254-8769

Depósito Legal: M-24.769-1971

DIRECTOR DE HONOR: D. Francisco Rodríguez Adrados (RAE. RAH).

DIRECTOR: Juan Antonio Álvarez-Pedrosa Núñez (UCM).

SECRETARIO: Luis Unceta Gómez (UAM).

CONSEJO DE REDACCIÓN: Montserrat Benítez (CSIC), José Antonio Berenguer (CSIC), M.^a Ángeles Carrasco Gutiérrez (UCLM), M.^a Ángeles Gallego (CSIC), Joaquín Garrido (UCM), Juana Gil Fernández (CSIC), Ramón González Ruiz (U. Navarra), Manuel Leonetti (U. Alcalá), Eugenio Luján (UCM), Victoria Marrero (UNED), Ventura Salazar (U. Jaén), Esperanza Torrego (UAM).

CONSEJO ASESOR: Alberto Bernabé (UCM), Margarita Cantarero (SEL), Ramón Cerdá (UB), Victoria Escandell (UNED), José Manuel González Calvo (U. Extremadura), Salvador Gutiérrez Ordóñez (U. León y RAE), Antonio Hidalgo (U. Valencia), Patricia Infante (CSIC), Emma Martinell (UB), Juan Carlos Moreno Cabrera (UAM), Gregorio Salvador (RAE), José Carlos de Torres (SEL), Jesús de la Villa (UAM).

A partir del número 38 (2008) la *Revista Española de Lingüística* ha recuperado el formato de dos fascículos al año, con periodicidad semestral. Los trabajos enviados para su publicación han de dirigirse al Secretario de la revista. Deberán ser originales e inéditos y ajustarse a las normas que aparecen en el número 38/2, así como en la página web de la Sociedad Española de Lingüística. Todos los trabajos son sometidos al dictamen de al menos dos evaluadores designados por el Consejo de Redacción, mediante informes de carácter confidencial.

Los derechos de publicación y difusión, bajo cualquier forma, son propiedad de la *RSEL*. Todo texto publicado en la revista obliga a sus autores a no cederlo a terceros, sin autorización previa de la revista, quien sí queda autorizada a comercializarlo, debiendo entregar, en este caso, el 50% de los beneficios obtenidos a sus autores.

REDACCIÓN: Sociedad Española de Lingüística, Centro de Ciencias Humanas y Sociales del CSIC, c/ Albasanz, 26-28, 28037 Madrid.

CORREO ELECTRÓNICO: secretarioRSEL@gmail.com. <<http://www.sel.edu.es/>>

DISEÑO y COMPOSICIÓN: Carmen Chincó & Carlos Curiá (produccionRSEL@gmail.com)

SERVICIOS DE INFORMACIÓN: Los contenidos de la *RSEL* son recogidos sistemáticamente en *Bibliographie Linguistique/Linguistic Bibliography*, *CINDOC – Base de datos Sumarios ISOC*, *GSA – Linguistic and Language Behavior Abstracts*, *Dialnet*, *Francis*, *Modern Language Association (MLA) Bibliography*.

ÍNDICE 46/2 (2016)

ARTÍCULOS

- Coordinación y cláusulas adversativas:
problemas clasificatorios y propuesta de análisis*7
CARMEN CONTI JIMÉNEZ
- Puntuación y cognición social en dos foros de Internet*31
CAROLINA FIGUERAS
- Niveles de estatividad en el Sv: algunas consecuencias gramaticales en español*63
MATÍAS JAQUE HIDALGO
- Los tiempos verbales de la narración en el desarrollo lingüístico
de los niños con implante coclear*.....91
SONIA MADRID CÁNOVAS Y ALDO FRESNEDA ORTIZ
- La periferia derecha y las relativas de aposición oracional en griego*.....111
EMILIA RUIZ YAMUZA
- RESEÑAS133

ARTÍCULOS

PUNTUACIÓN Y COGNICIÓN SOCIAL EN DOS FOROS DE INTERNET¹

CAROLINA FIGUERAS
Universitat de Barcelona

RESUMEN

En los últimos años, la escritura ha sufrido un proceso de transformación radical, gracias a las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación (TIC). El texto producido en las actuales TIC constituye una nueva modalidad de la comunicación, un híbrido entre lo oral y lo escrito. Entre las características del discurso mediado destaca un uso innovador de la puntuación y de los emoticonos. El presente estudio explora, desde el marco de la teoría de la relevancia, la naturaleza y función de tales signos en los mensajes de dos foros en línea. El análisis revela que los usuarios puntúan combinando tres tipos de signos: marcas de puntuación de primer orden o régimen, marcas de modalidad en un uso enfático, y emoticonos. Cada uno de estos tres órdenes de signos procedimentales proporciona diferentes tipos de *input* al mecanismo cognitivo de comprensión, activando con ello procedimientos inferenciales de dominio específico vinculados a la cognición social.

Palabras clave: puntuación; emoticonos; relevancia; foros; cognición social.

ABSTRACT

In recent years, writing has experienced a radical transformation, thanks to the new information and communication technologies. The text produced in these new mediums represents a novel form of communication, a hybrid between orality and writing. One of the most significant features of the mediated discourse is the innovative use of punctuation marks and emoticons. Adopting the relevance framework, the present study explores the nature and function of these signs in the messages of two online forums. The analysis reveals that the users punctuate by combining thus activating three types of marks: first order marks, modality marks used emphatically, and emoticons. Each of these three orders of procedural elements provides different inputs to the cognitive mechanism of comprehension, thus activating domain-specific inferential procedures linked to social cognition.

Key words: punctuation; emoticons; relevance; forums; social cognition.

RECIBIDO: 28/10/2016

APROBADO: 03/04/2017

1. Agradezco los valiosos comentarios de los dos revisores anónimos que evaluaron el presente trabajo. Los errores que aún persistan son, por supuesto, solo responsabilidad mía.

1. INTRODUCCIÓN

Las modernas TIC están favoreciendo la creación, expansión y proliferación de usos innovadores de los signos de puntuación, una evolución que manifiesta la profunda transformación que está operando en las actividades de lectura y escritura del texto electrónico. En relación con la renovación de las claves ortotipográficas, Crystal 2001 anota que elementos gráficos como la repetición de grafías, el uso creativo de determinados signos de puntuación, el empleo estratégico de las mayúsculas, el espacio entre letras, el énfasis marcado con asteriscos, los emoticonos o las abreviaturas se han venido consolidado como algunas de las principales claves prosódicas y paralingüísticas del texto mediado. Centrándonos en usos no normativos de los signos de puntuación y en los emoticonos, los primeros estudios dedicados a tales elementos en la comunicación mediada por ordenador (CMO) los trataban como un rasgo añadido al texto (cf. Lea y Spears 1992). En la actualidad, sin embargo, se conciben como parte integral del uso del lenguaje en línea, hasta el punto de ser considerados, de acuerdo con Vandergriff 2013, como las señales o claves de la CMO («CMC cues»).

Tanto los emoticonos como las marcas de puntuación inciden directamente en la percepción y la interpretación del mensaje (Jibril y Abdullah 2013; Yus 2014). Como muestra el estudio experimental de Ip 2002, en el que se comparan los emoticonos con dos tipos de marcas gramaticales –mayúsculas y signos de exclamación– en los textos de mensajería instantánea, emoticonos y signos de puntuación influyen significativamente en cómo la gente percibe los mensajes, aunque varían en cuanto al modo en que operan sobre el contenido. En comparación con los signos de puntuación, los emoticonos radicalizan el tono de los mensajes: «emoticons increased the valence of messages in the same direction as these messages were intended (positive messages viewed as much more positive and negative messages viewed as much more negative)» (Ip 2002). En un estudio relacionado, Yus 2005 indaga en el papel que la deformación textual (fundamentalmente, repetición de grafías y usos no estándar de los signos de puntuación; v. Yus 2010) desempeña en la identificación y evaluación, por parte del destinatario, de las actitudes y de las emociones transmitidas por el emisor en los mensajes de chat. Yus 2005 comprueba que es discutible establecer grados de intensidad emocional convencionalmente asociados a la deformación textual. A pesar de ello, repetición de grafías y de signos de puntuación parecen orientar la tarea de inferir las actitudes proposicionales, afectivas y emocionales, del emisor hacia el mensaje, guiando, de este modo, la interpretación de los enunciados.

La investigación desarrollada hasta el momento apunta, pues, a la consideración de las señales de la CMO como elementos que orientan y restringen el significado socio-emocional. En este sentido, parece que desempeñan un papel similar al de las señales no verbales en la comunicación cara a cara; estas últimas regulan la interacción (Harrison 1973) y desambiguan el mensaje (Kiesler y otros 1984). Sin embargo, y como anota Vandergriff 2013, no está claro en

absoluto que las claves no verbales de la comunicación física se hayan trasladado directamente a la CMO. Es muy posible que las funciones comunicativas de la interacción cara a cara se expresen verbalmente en la CMO, y que ello repercuta en un aumento de la producción lingüística. Esta es la tendencia sugerida en estudios como el de Tidwell y Walther 2002, quienes observan que los interlocutores en el entorno de la CMO tienden a hacer más preguntas y a compartir más información personal como estrategias para reducir la incertidumbre en la comunicación. Estos resultados indican que, en lugar de establecer inventarios equivalentes de señales usadas en línea y cara a cara, es preferible investigar de qué modo los usuarios se adaptan al medio para satisfacer sus necesidades comunicativas (Vandergriff 2013, Walther y D'Addario 2001).

Por otra parte, es necesario llevar a cabo un análisis que tome en consideración la combinación de claves paralingüísticas en la CMO. Los trabajos recientes de Kalman y Gergle 2010 y de Riordan y Kreuz 2010 se encaminan, precisamente, en esa dirección. Así, Kalman y Gergle 2010 muestran que ciertos elementos repetidos en el texto, tales como los signos de puntuación o las grafías vocales, ocurren frecuentemente en mensajes que también incluyen interjecciones. Se sabe, sin embargo, todavía poco de la variedad de funciones pragmáticas y sociocognitivas desempeñadas por emoticonos y signos de puntuación, a pesar del creciente interés que el estudio de los primeros ha despertado entre los investigadores en los últimos años (v. entre otros, Derks y otros 2007; Huang y otros 2008; Jibril y Abdullah 2013; Lo 2008; Luor y otros 2010; Tossell y otros 2012; Vandergriff 2014; Walther y D'Addario 2001)². Este vacío en la bibliografía se explica en parte, como reconoce Vandergriff 2013, p. 1, por el hecho de que las señales de la CMO «are often subtle, highly variable, and relatively infrequent», de modo que su interpretación «is highly context-dependent, much like prosodic stress». Son, precisamente, la versatilidad y la alta dependencia del contexto para fijar su significado los dos factores que justifican su análisis aplicando una metodología de carácter cualitativo, más que cuantitativo, tal y como se propone en el presente trabajo.

2. EL PRESENTE ESTUDIO

Adoptando el modelo pragmático de la teoría de la relevancia (TR) de Sperber y Wilson 1986, mi objetivo en este estudio es examinar de qué modo la puntuación y los emoticonos colaboran en la articulación de los significados proposicionales y socio-emocionales necesarios para la comunicación en línea. Esta investigación se inscribe, pues, en el marco de una pragmática cognoscitiva del trabajo interactivo y relacional en el entorno virtual. En función del

2. En comparación con los emoticonos, la atención dedicada a la puntuación no normativa o no estándar es todavía escasa, si bien este mecanismo retórico tiene una presencia mayor y un uso más extendido que los emoticonos en ciertos entornos (v. Hancock 2004, Vandergriff 2013).

objetivo planteado, el análisis cualitativo de los signos de puntuación y de los emoticonos se lleva a cabo en una muestra de interacciones procedentes de dos foros en línea: uno dedicado a la recuperación de un trastorno de la conducta alimentaria (en adelante, TCA), y otro reservado a discutir cuestiones relativas a los automóviles³. Este último es frecuentado por hombres, mientras que en aquel la mayoría de los miembros son mujeres. Ambas plataformas se han escogido para comparar las diferencias en el uso de signos de puntuación y de emoticonos en dos dominios interactivos completamente diferentes en cuanto a las variables de género y de temática sobre la que versan las interacciones⁴. El corpus está compuesto por 626 mensajes: 320 procedentes del foro de personas afectadas por un TCA, y 326 publicados en el foro de aficionados a los automóviles.

Los foros en línea se definen como aplicaciones de la red para publicar contenidos generados por los usuarios en forma de discusión (Morzy 2011). Frecuentemente, el término «foro» se aplica también a toda la comunidad de usuarios. Las discusiones centradas en determinados temas se reúnen en «hilos» («threads»). Los mensajes se muestran, bien dispuestos cronológicamente, o bien agrupados en temas. La mayor parte de los foros contiene mensajes de texto con algo de contenido multimedia añadido (por ejemplo, imágenes). La propiedad más destacada de los foros es su carácter social: se trata de dominios públicos que permanecen activos durante un período más o menos extendido y que atraen a un buen número de usuarios interesados en temas específicos, que van desde la política a la tecnología, la religión, el entretenimiento, la economía, la moda, la salud, etc. A menudo, los foros exigen a sus nuevos usuarios que acepten el reglamento del foro, consistente en normas de «netiquette» (el conjunto de reglas que regulan el comportamiento verbal de los miembros). Tanto los administradores como el moderador del foro representan las figuras de autoridad con poder para manejar suscripciones, permisos y penalizaciones (v. Morzy 2011). Desde el punto de vista lingüístico, los foros representan un tipo de discurso interactivo asincrónico basado fundamentalmente en la escritura. Por ello, precisamente, constituyen un espacio idóneo para estudiar el «texto escrito oralizado» (Yus 2010).

3. A fin de preservar el anonimato de los usuarios, particularmente por lo que respecta a las personas afectadas por un TCA, se ha optado por omitir cualquier referencia específica que permitiera identificar los foros objeto de estudio.

4. Además del sexo, cabría considerar otras variables sociolingüísticas que pueden influir en el uso de la puntuación en los foros, tales como el nivel socio-educativo o la edad de los participantes. No ha sido posible, sin embargo, recabar estos datos en los dos foros examinados.

2.1. Emoticonos y signos de puntuación en los foros en línea

En los dos foros seleccionados es posible reconocer la coexistencia de dos sistemas de puntuación: la puntuación lógico-gramatical, representada en la normativa académica (RAE y Asociación de Academias 2010), por una parte; y la retórico-emotiva, por medio de la cual se transmiten contenidos paralingüísticos e intersubjetivos, por otra (Figueras 2014). La puntuación lógico-gramatical guía la interpretación del lector, instruyéndole a interpretar la unidad textual delimitada por cada signo en la dirección prevista por el escritor (Figueras 2001). El uso pragmáticamente adecuado de los signos lógicos o de primer régimen (punto final, punto y aparte, punto y seguido, punto y coma, dos puntos y coma) garantiza la recuperación del contenido proposicional del texto⁵. En este sentido, los signos de puntuación de primer régimen constituyen índices relevantes de la intención informativa del emisor (Figueras 2001).

La puntuación retórico-emotiva, por su parte, constituye un sistema emergente de nuevos signos (como los emoticonos) y de usos innovadores (en concreto, la repetición enfática) de los signos de puntuación de modalidad tradicionales (signos de interrogación, exclamación y puntos suspensivos) en la CMO. Con tales mecanismos, el emisor comunica un significado expresivo, similar al identificado en los recientes desarrollos del programa relevantista para fenómenos, tanto de naturaleza lingüística como no lingüística, tales como los expletivos (*mierda*), los diminutivos (*perilla*), los adjetivos expresivos (*maldito*), las interjecciones (*¡ay!*), los actos de habla expresivos (agradecimientos), los gestos o las expresiones faciales (v. Blakemore 2011; Wharton 2003, 2009, 2016). Considérese, a este respecto, el fragmento de (1), procedente del foro dedicado a los automóviles. El usuario opta por aplicar de modo óptimamente relevante la puntuación lógico-gramatical en el cuerpo del mensaje, en tanto que decide recurrir a la combinación de un signo paralingüístico, un emoticono representando un gesto de despedida, y un signo de puntuación lógico (el punto final), para cerrarlo:

- (1) ¡Ojo con Feuvert!. Lo fabrican en el mismo departamento [= provincia], pero en distintas ciudades. Esta información proviene de la lista de aceites homologados por Mercedes Benz. Y tampoco tienen la misma variedad que en el catálogo de Motul, como pude ver no hace mucho en un Feuvert de Málaga capital, con la misma diferencia de precio que tu dices.



El emoticono sonriente es usado en (1) para transmitir un contenido afectivo que incide directamente en la dimensión interpersonal de la comunicación. Se trataría de un índice textual que guía la recuperación de contenidos pragmáticos

5. Contribuyen a restringir el nivel de las explicaturas del enunciado; en concreto, la forma proposicional (Sperber y Wilson 1986; Wilson y Sperber 1993; Carston 2002).

y metapragmáticos ostensivamente comunicados por el emisor (Figueras 2014), relativos tanto a la acción social que se lleva a cabo (despedida) como al vago efecto afectivo que se busca activar en el destinatario (complicidad, solidaridad, simpatía, etc.). En los apartados que siguen se propone una explicación de emoticonos y signos de modalidad repetidos, en línea con los últimos desarrollos de la TR en cuanto al significado expresivo y sus indicadores.

3. EMOTICONOS Y PUNTUACIÓN RETÓRICO-EMOTIVA

Para algunos autores, los emoticonos operan básicamente como signos de puntuación (Markman y Oshima 2007), dada su ubicación al final de frases, enunciados y mensajes (Figueras, 2014). La tendencia a omitir la puntuación final del enunciado cuando se insertan (Frehner 2008) parece confirmar esta explicación. En esta misma línea de razonamiento, Provine y otros 2007 argumentan que el llamado «efecto de la puntuación» (Provine 1993) –esto es, la tendencia en la lengua oral a colocar la risa en lugares de la cadena hablada asociados con pausas, límites de frases, y principios y finales de enunciados declarativos e interrogativos– también se observa en los emoticonos. De ahí que estos autores sugieran, p. 301, que el texto puntuado con emoticonos «like vocal speech and sign language, is governed by linguistic programming that segregates language and emotional expression, while preserving phrase structure».

En el caso de los emoticonos, el efecto de la puntuación parece revelar una conexión entre la CMO y la comunicación cara a cara, en cuanto a la dinámica de la interacción afectiva entre los interlocutores (cf. Crystal 2001; Danet 2001)⁶. A este respecto, Derks y otros 2008a reconocen en los emoticonos algunas de las funciones del comportamiento no verbal; en concreto, la de complementar y mejorar los mensajes verbales. En un trabajo relacionado, Derks y otros 2008b, p. 766, insisten en que la comunicación de emociones es sorprendentemente similar en la comunicación cara a cara y en la CMO y aseguran que, en caso de que medien diferencias, «they show more frequent and explicit emotion communication in CMC than in F2F».

Sin embargo, y pesar de su posible uso como réplica de expresiones faciales no verbales, varios autores han cuestionado que los emoticonos constituyan comportamiento no verbal real (cf. Derks y otros 2007; Dresner and Herring 2010; Hancock 2004; Lo 2008; Walther y D'Addario 2001). Tampoco está claro de qué modo se interpretan los emoticonos en la CMO. Como señalan Derks y otros 2007, p. 847, «as iconic and unconscious like nonverbal facial expressions or, like wording, as deliberately encoded elements of intentional communication». A este respecto, resulta iluminadora la investigación llevada a cabo por

6. Como recuerda Provine 2000, saber cuándo sonreír o reír constituye una competencia esencial para la vida social: apartarse de las normas que regulan ambos comportamientos se relaciona habitualmente con alguna patología y conlleva el ostracismo social.

Hancock 2004 en torno a las diferencias en la forma de marcar la ironía en la comunicación cara a cara y en la CMO. Si bien se insiste a menudo en la bibliografía especializada en que los emoticonos son señales importantes para transmitir ironía en contextos mediados (Godin 1993; Rezabek y Cochenour 1998), lo cierto es que se trata de elementos raramente usados para señalar la intención irónica. En los dos foros examinados se han encontrado muy escasos ejemplos de emoticonos que comunican intención irónica. Uno de los pocos ejemplos se reproduce en (2):

- (2) [Comentando la foto de un coche de lujo]
 No me gusta nada de nada. Pero ni un poquito, ni una gotita... 🤔

Tampoco parece que tales elementos contribuyan inequívocamente a la interpretación del texto como sarcástico (Walther y D'Addario 2001). Los emoticonos adolecen de «range and nuance» (Hancock 2004, p. 450), en comparación con las claves paralingüísticas de la comunicación cara a cara (por ejemplo, la prosodia y la risa), y son demasiado obvios para marcar la sutileza de la ironía (Hancock 2004). En contraste, los usuarios recurren con más frecuencia a la puntuación para señalar la ironía en la comunicación mediada (por ejemplo, utilizan los puntos suspensivos para indicar que el enunciado está usado irónicamente), lo que conduce a Hancock 2004 a concluir que la puntuación quizás debe ser considerada la prosodia del texto.

3.1. *Acerca del contenido e interpretación de los emoticonos*

Los emoticonos son raramente usados en la mayor parte de los entornos de la CMO (Hancock 2004; Vandergriff y Fuchs 2009), a pesar de la llamativa presencia que tales elementos tienen en los dos foros considerados en este artículo. Los diversos autores que se han ocupado de los emoticonos reconocen distintos contenidos y distintas funciones desempeñadas por los mismos: representar emociones (Derks y otros 2007, 2008a; Luor y otros 2010; Kavanagh 2010; Yus 2014); marcar la fuerza ilocucionaria del enunciado (Dresner y Herring 2010; Yus 2014); añadir elementos paralingüísticos al mensaje (Yus 2014); ejercer de signos de puntuación (Amaglobeli 2012); comunicar humor (Luor y otros 2010; Kavanagh 2010; Yus 2014); expresar atenuación (Yus 2014); operar como estrategias de cortesía positiva (Darics 2010).

En general, los emoticonos promueven el entendimiento mutuo e incentivan la sintonía en el grupo (Derks y otros 2008a; Golato y Taleghani-Nikazm 2006; Hancock 2004; Walther y D'Addario 2001); desarrollan un valor empático, dirigido a humanizar la interacción en línea (Kavanagh 2010); acentúan, refuerzan o enfatizan el tono o el significado del mensaje; colaboran en articular el estado de ánimo y la impresión que el emisor quiere causar en el destinatario; y transforman una conversación basada únicamente en el texto

en un intercambio creativo y visualmente saliente (Xu y otros 2007). También inciden en el posicionamiento evaluativo del emisor: refuerzan el mensaje, regulan la interacción, y contribuyen a fijar la perspectiva adoptada por el emisor (Derks y otros 2008a)⁷. En líneas generales, por tanto, los emoticonos, como señala Vandergriff 2014, «are affiliative strategies that send a metamessage of rapport alongside the verbal message». Constituyen, en este sentido, parte de las señales sociales consciente y deliberadamente empleadas por el emisor para marcar su actitud afectiva ante el contenido proposicional y/o en relación con el interlocutor (v. Yus 2016)⁸. De hecho, los participantes parecen emplear los emoticonos de modo similar al comportamiento facial en la comunicación cara a cara, particularmente en relación con el contexto social y la interacción con el interlocutor (Derks y otros 2008a).

La investigación recientemente desarrollada en torno al procesamiento de los emoticonos confirma que, en efecto, los emoticonos, en su forma gráfica icónica, son procesados como lo hacemos con las emociones ligadas a expresiones faciales. Así, el estudio con fMRI (functional Magnetic Resonance Imaging) realizado por Yuasa y otros 2011 revela que los emoticonos gráficos activan la región correspondiente al gyrus inferior frontal derecho, generalmente involucrada en el procesamiento de las tareas de discriminación emocional; en concreto, en la derivación de juicios sobre expresiones faciales, prosodia e información no verbal. En un estudio más reciente, Han y otros 2014 registraron actividad en el gyrus fusiforme para palabras emocionales y para emoticonos en pacientes con trastorno del espectro autista. A pesar de estos trabajos, todavía existe escasa evidencia acerca de cómo se procesan los emoticonos en la comunicación humana; en particular, por lo que respecta a la interacción entre las claves lingüísticas y los emoticonos en la comunicación virtual escrita (Aldunate y González-Ibáñez 2017).

A la luz de estos resultados, resulta factible plantear que los emoticonos, al igual que la expresión física de la emoción, contribuyen a modelar la interpretación del mensaje (cf. Derks y otros 2008b; Walther y D'Addario 2001). En los dos foros que nos ocupan, esta es, precisamente, la función principal de tales elementos. Tanto en el foro dedicado a los TCA como en el reservado a la discusión de los automóviles, los usuarios recurren habitualmente a emoticonos visuales (más que gráficos, que son raramente usados en el mensaje) para controlar la dimensión intersubjetiva del intercambio y para articular otros significados sociales, tales como la identidad, la imagen («face»), el conocimiento

7. De acuerdo con Derks y otros 2008a, los emoticonos aparecen, fundamentalmente, en contextos de familiaridad entre los participantes, para expresar emoción, reforzar un mensaje o expresar humor, procesos todos ellos integrados en las capacidades de cognición social.

8. Siguiendo a Yus 2016, entendemos que las emociones quedarían englobadas en el dominio de la «actitud afectiva», a pesar de que algunos investigadores establecen una distinción entre afecto y emoción, sin que quede claro a menudo los límites diferenciadores entre ambos constructos (cf. Caffi y Janney 1994).

experto, la pertenencia al grupo, o el poder y la solidaridad en la interacción. A partir del texto multimodal de palabras y emoticonos visuales que los usuarios publican en el foro, tales contenidos se proyectan en la interacción.

Con los emoticonos se producen significados sociales tales como solidaridad, empatía, apoyo emocional, complicidad, humor (función lúdica); también se minimizan conflictos potenciales con el destinatario, y se muestra una imagen de cortesía positiva ante el grupo (cuando se responde a uno de los miembros). De este modo, los emoticonos pueden entenderse como mecanismos del discurso que orientan la producción y la comprensión del comportamiento social en la CMO; esto es, desencadenan los procesos de cognición social de los participantes en el intercambio. Por ejemplo, en el fragmento de (3), procedente del foro de recuperación de un TCA, el emoticono contribuye a la comunicación fática; esto es, opera como una expresión ritualizada, de saludo, que se intercambia para satisfacer exclusivamente una función social (Walther y D'Addario 2001):



- (3) Hola 😊
 Hacía muuuucho tiempo que no pasaba por aquí pero estaba estudiando y me dio por pensar en el foro y pasearme por aquí... y aquí estamos.

En cambio, en el ejemplo de (4), publicado en el foro de automoción, la cara sonriente al final del mensaje tiene como objetivo hacer más aceptable el acto de habla de consejo que se lleva a cabo con todo el texto:

- (4) como te dije la calidad del mobil es mas alta pero el sae es incorrecto..ponle el mobil uno 0w40 que es similar en grosor al total 9000..y creeme te durara mas el motor 😊

Tanto en un foro como en el otro se observan importantes diferencias en la nómina y las funciones de los emoticonos. Ello se explica porque la cognición social exhibe un alto grado de variación a través de los colectivos culturales. Como señalan Tomasello y otros 2005, los grupos humanos tienden a desarrollar sus propias formas de simbolizar y dar sentido a comportamientos y acciones, y estas pueden variar ostensiblemente de una comunidad a otra. Las diferencias en el uso de las claves de la CMO en el foro de personas afectadas por un TCA y en el formado por aficionados a los coches obedecen, en última instancia, a los diferentes códigos que cada grupo ha acordado para interactuar. En el foro dedicado a los temas automovilísticos, los emoticonos se usan más bien para incentivar la camaradería, la solidaridad, la simpatía mutua, la complicidad en el intercambio de conocimientos, y el humor. Con este fin, los miembros recurren muy a menudo a emoticonos creativos, muchos de ellos con movimiento. Frecuentemente, tales emoticonos reproducen gestos, como los del apretón de manos, el brindis o la despedida. Se trata, pues, de imágenes icónicas que remiten directamente a un significado no verbal. Este uso

particular de los emoticonos, característico del foro del automóvil, es mucho menos frecuente en el dedicado a la recuperación de un TCA. Los ejemplos de (5) y de (6) proceden, respectivamente, de uno y otro foro:

- (5) Saludos, gracias 
 (6) Felices 25 nineta!!! 


En el ejemplo de (6), la cara sonriente con el gorro de Santa Claus se usa para felicitar la navidad, en tanto que, en el de (6), la cara soplando las velas de un pastel reproduce el ritual de celebración de un cumpleaños. Tanto en un caso como en otro, el emoticono aporta información complementaria que solo puede interpretarse partiendo del significado visual para procesarlo contra un trasfondo de supuestos que incluyen conocimiento cultural.

Los ejemplos de (5) y (6) ilustran la presencia de los emoticonos en contextos de interacción positiva; es decir, cuando el intercambio es cooperativo, y no hay conflicto. En situaciones como estas se pretende incentivar la complicidad, el reconocimiento mutuo y el respeto entre los miembros del grupo. A este respecto, es interesante anotar que los usuarios suelen emplear emoticonos cuando responden a otro mensaje dirigido a ellos que contiene emoticonos. Este comportamiento «especular» en el uso de los emoticonos se observa de modo regular en ambos foros, pero especialmente en el dedicado a la afición a los coches, como se ejemplifica en el intercambio de (7):

- (7)  Iniciado por el paleta 
lo miro y te digoyo la verdad soy técnico superior en automoción, pero no aprendí nada en cuanto a aceites



Respuesta de Arturo RS:

PARA ESO ESTOY ..por cierto ya que eres tecnico cuando tenga una duda te voy a dar la lata eso seguro!!!!jejeje!!! 

En (7), tanto la pregunta formulada por el miembro con el *nickname* *el paleta* como la respuesta de Arturo RS, el miembro más experimentado y con más conocimientos del grupo, contienen emoticonos. *El paleta* opta en su mensaje por emoticonos en movimiento que son idiosincrásicos del foro (y que indizan identidad de grupo). El primero representa a un personaje dando golpes en la cabeza a otro con un mazo. El contenido de la imagen es claramente humorístico: el emoticono añade una representación visual cuya interpretación complementa el contenido proposicional del enunciado al que acompaña: «no aprendía nada en cuanto a aceites». El emoticono induce, en este caso, a derivar una implicatura como «soy tonto». El segundo emoticono, dos personajes

brindando con jarras de cerveza, se usa para crear un vínculo de camaradería y de compañerismo. En su respuesta, Arturo RS recurre también a un signo de exclamación en un uso retórico-emotivo, a la risa (jejeje!!!) y a un emoticono que contiene una cara sonriente. La combinación de estos tres elementos es indicativa del deseo de Arturo RS de congraciarse con *el paleta*, un usuario que, aunque nuevo en el grupo, merece su respeto y reconocimiento, puesto que es técnico superior titulado en automoción.

Desde el punto de vista de la cognición social, comportamientos como el ilustrado en el intercambio de (7) pueden explicarse en términos de lo que se ha denominado el «efecto camaleón» (Chartrand y Bargh 1999)⁹. A mayor grado de imitación de comportamientos, mayor sensación compartida entre los usuarios de pertenecer a un grupo con una buena sintonía y un alto grado de empatía. Los emoticonos en los foros parecen servir el propósito de mejorar el aspecto gratificante de la participación y de la pertenencia a la comunidad de miembros. Al replicarlos en los sucesivos mensajes dedicados, por ejemplo, a desarrollar un hilo temático («thread»), los miembros contribuyen activamente a crear un clima de entendimiento, afectividad y complicidad en el grupo (más que a restringir el contenido proposicional de sus textos). Los emoticonos, en definitiva, desempeñan una función más interaccional, interpersonal y social que puramente pragmático-lingüística (a diferencia de lo que puede establecerse para la puntuación lógico-gramatical). Esta función interpersonal queda de manifiesto cuando se contrastan los mensajes con los que los miembros se responden los unos a los otros: tienden a mostrar las mismas emociones, a adoptar los mismos emoticonos, y a reproducir un comportamiento comunicativo especular¹⁰.

Los emoticonos son más conscientemente usados en la CMO que los gestos en la comunicación cara a cara. Por tanto, el destinatario interpreta que existe una intención para emplearlos, y que la selección del emoticono constituye una acción dirigida a un fin; en este caso, a un fin social. En todo caso, los emoticonos no parecen tener un significado constante o convencionalmente fijado, particularmente en el caso de aquellos menos comunes. Muchos emoticonos son, pues, malinterpretados (e incluso no comprendidos en absoluto), sin la base de información proposicional proporcionada en el texto en el que se insertan (Yus 2014). Como señala Yus 2011, es posible establecer un continuum en el

9. «The *chameleon effect* refers to nonconscious mimicry of the postures, mannerisms, facial expressions, and other behaviors of one's interaction partners, such as that one's behavior passively and unintentionally changes to match that of others in one's current social environment» (Chartrand y Bargh 1999, p. 893).

10. Desde el punto de vista neurocognitivo, este tipo de contagio conductual entre los miembros del foro responde, en última instancia, a la sintonización de sus sistemas de neuronas espejo. Las neuronas espejo constituyen una cierta clase de neuronas que se activan tanto cuando la persona lleva a cabo un acción como cuando la observa ejecutada por alguien diferente. Fueron descubiertas en el año 1996 por Giacomo Rizzolatti y Vittorio Gallese, del Departamento de Neurociencia de la Universidad de Parma (Italia). Más recientemente, la investigación ha puesto de manifiesto que las neuronas espejo no solo participan en el reconocimiento de acciones motoras, sino también en la comprensión de emociones (v. Singer y Frith 2005; Wicker y otros 2003).

uso de los emoticonos: desde el empleo puramente arbitrario de estos elementos al claramente icónico basado en los valores culturales asociados a los signos visuales. Parece, por consiguiente, que, hasta el momento, el conjunto de emoticonos no constituye todavía un sistema estable, con significados codificados convencionalmente por cada elemento (cf. Vandergriff 2014).

En el foro dedicado a la recuperación de un TCA, el emoticono más comúnmente usado es la cara sonriente, seguido del guiño. Los dos ejemplos que se reproducen a continuación ilustran, respectivamente, uno y otro tipo:

- (8) Muchísimaaaaas gracias. Creo que este post es ideal. Y gracias por poner los de cataluña creo que miraré cuál de ellos me puede ayudar. 😊
- (9) Nereea, yo soy de Gijón y estoy en tratamiento en el CTI de Montevil, te mando un privado 😊

En el caso del foro dedicado a la afición por los coches, los usuarios recurren a una gama más amplia y creativa de emoticonos, que van desde las caras sonrientes a emoticonos visuales en movimiento que ilustran un gesto, generalmente incluidos en la despedida, tal y como se ilustra en los ejemplos (10)–(16)¹¹:

- (10) lo dicho...gracias por tu comentario , por que asi da pie a que la gente me valla conociendo....pero te agradeceria que expusieras tus dudas? 😊
- (11) por cierto que el coche pierde algo de aceite pero no mucho 🚗👍
- (12) El coche en concreto es un Laguna GT berlina 2.0 dci del 2008. Este en concreto (hasta el color es igual 🚗)
- (13) Ese es de base totalmente ester-. 😊👉
- (14) BUEN ROLLO AMIGO. 🤖
- (15) saludos 🤖👉.
- (16) En fin, un cordial saludo, que ya son horas de 🌙 zzz.

En la comunicación que tiene lugar con éxito, los hablantes intentan acomodar sus necesidades de transmitir determinada información con la voluntad de ser respetado, reconocido y de crear una buena sintonía con otros para mejorar

11. Son tan variados los emoticonos en el foro dedicado a los automóviles que algunos miembros abren hilos temáticos preguntando por el significado de alguna de las imágenes, y, sobre todo, acerca de cómo interpretarlas. De ahí que el foro incluya una lista de emoticonos: <<http://www.forocoche.com/foro/misc.php?do=showsmilies>>.

la cohesión social (Vandergriff 2014). Las caras sonrientes que abundan en el foro de TCA buscan, precisamente, reforzar la valencia positiva del mensaje, particularmente en aquellos casos en los que el emisor está proporcionando apoyo emocional a otro de los miembros del grupo, tal y como ocurre en el fragmento de (17):

- (17) Para la ansiedad, además de la terapia, te recomiendo el yoga y técnicas de meditación. Sé que no es fácil y que parece que el mundo lo tenemos encima, aquí puedes contar con estos oídos para escucharte o leerte 😊

El emoticono constituye, en (17), un elemento relacional fundamental para crear una comunidad solidaria, capaz de gestionar situaciones críticas planteadas por sus miembros. En contraste con este significado social, los emoticonos que aparecen en los mensajes publicados en el foro de automoción se emplean, básicamente, para fomentar el compañerismo y la cordialidad entre los miembros, más que para proporcionar apoyo psicológico o para expresar afecto y empatía. En muchos de los intercambios, también se usan para incentivar el humor, el juego y el entretenimiento (cf. Huang y otros 2008). Como apunta O'Neill 2010, p. 121, «it seems that, when *speakers* use emoticons, they feel more connected and also (perhaps as a result) experience greater enjoyment in the interaction». Los emoticonos representan, como vemos, mecanismos reguladores para la construcción de la dimensión intersubjetiva de la comunicación, y colaboran, fundamentalmente, en construir alineamiento con la audiencia.

3.2. *Los emoticonos desde la perspectiva de la TR*

Las diversas funciones reconocidas en la bibliografía para los emoticonos pueden reinterpretarse a la luz de los recientes descubrimientos en cognición social y, en particular, en relación con la hipótesis de la modularidad masiva de la mente defendida en el programa relevantista (cf. Sperber 2002, 2005; Mercier y Sperber 2011; Wilson 2011, 2016). Como se ha revelado en la investigación de los últimos quince años, los seres humanos dedicamos una serie de regiones cerebrales al desarrollo de la mentalización o teoría de la mente (cf. Burnett y Blakemore 2009)¹². La teoría de la mente nos permite comprender el comportamiento y las acciones de otros, a través del reconocimiento e identificación de estados mentales, tales como intenciones, deseos, creencias (Frith y Frith 2003). Los procesos sociales cognitivos que están en la base de la mentalización incluyen desde la percepción facial o la del movimiento biológico (Pelphrey

12. Tales áreas incluyen el córtex medio prefrontal, el córtex cingulate anterior, el gyus frontalis inferior, el sulcus temporal superior posterior, la juntura temporal-parietal, la amígdala y la insula anterior. Algunas de estas regiones se activan durante la atribución de estados mentales, ya sea a uno mismo o a otros (Sebastian y otros 2010).

y Carter 2008), pasando por la percepción y la comprensión de las reacciones emocionales, tanto las de uno mismo como las de los demás (Olsson y Ochsner 2008), hasta llegar a los procesos metarrepresentativos más abstractos, que tienen que ver con el reconocimiento de los estados mentales que motivan la actuación de otros (esto es, la actitud intencional de Dennett 1987).

Estamos dotados, por tanto, de un cerebro social, dedicado a la cognición social, que nos permite reconocer y evaluar nuestros propios estados mentales y los de los demás (intenciones, deseos, creencias), las emociones y los sentimientos, las disposiciones duraderas y las acciones (Frith y Frith 2003; Sebastian y otros 2010). Los seres humanos nacemos con una predisposición genética para adquirir ciertas habilidades sociales (por ejemplo, reconocer caras y emociones, actuar en una situación imaginaria, o identificar las intenciones de otros), lo que explica que los niños desarrollen de forma rápida el aprendizaje de determinadas características y propiedades del mundo social, sin necesidad de recurrir a ninguna instrucción específica (Frith 2013). Aprendemos a interactuar socialmente a través de la observación y el modelaje.

Dada la especificidad de los sistemas mentales destinados a la cognición social, cabría considerar que este conjunto de capacidades constituye un sistema modular, o dominio de capacidad específica; esto es, un componente funcional reservado exclusivamente a procesar un tipo concreto de datos (como ocurre, por ejemplo, con la vista o la audición). Desde un punto de vista evolutivo, un módulo se caracteriza por mecanismos dedicados a tareas cognitivas específicas; en general, representa el resultado de adaptaciones biológicas a regularidades en determinado dominio (Sperber 2002, 2005; Wilson 2005, 2011)¹³. La habilidad cognitiva modular en cuestión puede perderse, sin que por ello otras capacidades cognitivas queden afectadas. En el caso de las habilidades sociales, estas pueden verse alteradas a causa de una lesión cerebral (Escandell-Vidal 2009a, 2009b; Wilson 2005; v. Hirschfeld y Gelman 1994).

Las últimas investigaciones en neurociencia subrayan, además, que la cognición social tiende a fosilizarse después de la pubertad (Blakemore y Choudhury 2006), lo que proporciona más evidencias para defender la tesis de que se trata de un componente modular. Desde esta perspectiva, el cerebro social no es muy distinto de la facultad del lenguaje: hay especificidad neuronal de los sistemas involucrados en la cognición social, así como disociación de otras capacidades cognitivas (Escandell-Vidal 2009a, 2009b)¹⁴. A partir de estos datos, asumimos aquí la hipótesis, recientemente planteada en el marco relevantista,

13. En la clásica definición fodoriana, sin embargo, un dominio modular impone condiciones en el *input*, es automático, se desarrolla en procesos internos predeterminados y da lugar a un *output* específico (Fodor 1983).

14. Una parte importante de las dificultades a las que las que se enfrentan los estudiantes de lenguas extranjeras para aprender la lengua meta es debida al aprendizaje tardío de los patrones sociales de una cultura diferente. En tales casos, se observa la incapacidad de internalizar nueva información de un modo implícito después de período determinado (se requiere instrucción explícita). El hecho de que los mecanismos sociales automáticos del aprendizaje sean todavía los de su cultura nativa explica,

de que los distintos elementos lingüísticos que componen el enunciado pueden pertenecer a distintos sistemas cognitivos (v. Escandell-Vidal y otros 2011). Una explicación de este tipo parte de la concepción de una mente masivamente modular, caracterizada, de acuerdo con Wilson 2016, p. 11, por un conjunto amplio «of special-purpose cognitive mechanisms or modules adapted to regularities in different domains»¹⁵. Desde este enfoque, la función de las expresiones procedimentales (tales como los conectores o los pronombres personales, por ejemplo) consistiría en activar procedimientos de dominio específico que se ponen en funcionamiento en la comunicación inferencial (Wilson 2016)¹⁶. En el marco de una concepción masivamente modular de la mente, en la que tanto los conceptos como los procedimientos se contemplan como respuestas evolutivas a diferentes regularidades en el entorno (y, en consecuencia, de dominio específico), resulta lógico asumir que las expresiones procedimentales también pueden activar procedimientos cognitivos no directamente vinculados a la comprensión inferencial (Wilson 2016).

Desde esta perspectiva, y puesto que las emociones destacan como una de las señales informativas más importantes de la cognición social (Aldunate y González-Ibáñez 2017), es factible plantear que los emoticonos identificados en los dos foros desencadenan los procesos cognitivos de identificación y reconocimiento de ciertas emociones que el emisor ha pretendido comunicar. Se alinean, pues, con aquellos elementos de contenido procedimental (como la entonación afectiva, las interjecciones, o las partículas actitudinales) que están asociados a mecanismos de lectura de las emociones específicos de dominio (Wilson 2016)¹⁷. La capacidad de leer emociones, sin embargo (como ocurre con la lectura de la mente o con el dispositivo inferencial), no está directamente vinculada a la comunicación ostensiva, de modo que el intérprete puede asumir determinados estados emocionales que no han sido intencionalmente comunicados (cf. Wilson 2016).

por ejemplo, la persistencia del fenómeno de la transferencia pragmática, incluso entre generaciones de familias de inmigrantes (v. Kasper 1992).

15. Como señalan Mercier y Sperber 2011, p. 58, «an evolutionary approach suggests that inferential processes, rather than being based on a single inferential mechanism or constituting a single integrated system, are much more likely to be performed by a variety of domain-specific mechanisms, each attuned to the specific demands and affordances of its domain».

16. Este planteamiento supone una evolución con respecto a la explicación relevantista estándar sobre el significado procedimental. Desde la perspectiva estándar, como señala Wilson 2011, p. 12, «the function of procedural expressions is to activate procedures whose main function is to help the hearer understand an utterance by finding the intended combination of context, explicit content and cognitive effects».

17. Como los marcadores discursivos, «these expressions correspond to procedures for interpretation. However, in contrast with discourse markers, they activate procedures for retrieving representations of emotional states» (Blakemore 2011, p. 3543).

La capacidad de expresar emociones en el texto y la presentación del yo constituyen elementos fundamentales para crear un clima social amigable en los foros (Xu y otros 2007), fomentando, así, la solidaridad afectiva en línea¹⁸. En general, los emoticonos pueden considerarse como muestras de afecto. Por ejemplo, los emoticonos que representan sonrisas comunican a menudo afecto positivo por parte de quien los envía, del tipo que uno esperaría experimentar con la liberación de tensión o estrés, de diversión o de placer en la interacción (Vandergriff 2014). En el contexto del habla social, los emoticonos sirven en general para mostrar afectos al servicio del trabajo relacional (Vandergriff 2014). Serían, pues, marcadores evaluativos de afecto, entendiendo «afecto», en términos de Martin y White 2005, como la evaluación por la que el emisor indica de qué modo está emocionalmente dispuesto hacia el interlocutor o hacia el estado de cosas descrito.

Además de las emociones, otra parte de la cognición social orientada con los emoticonos corresponde al reconocimiento de la intención del emisor en cuanto a la fuerza de los actos emitidos y a las actitudes proposicionales. Los emoticonos operan, en ocasiones, como claves contextualizadoras que guían la reconstrucción inferencial de la perspectiva evaluativa del emisor, y también como expresiones de afiliación para mitigar la fuerza ilocutiva de acciones despreferidas que amenazan las imágenes de emisor y/o destinatario (Golato y Taleghani-Nikazm 2006). Los emoticonos se han instituido, asimismo, como elementos clave en la indización del humor y, en menor medida, la ironía (Dresner y Herring 2010), de modo que contribuyen al cumplimiento de tareas que conforman las capacidades de teoría de la mente (cf. Baron-Cohen 1995).

Algunos emoticonos con representaciones faciales que expresan emociones básicas como alegría, tristeza, o enfado están más convencionalizadas (son usados regularmente en medios como Facebook o Whatsapp; cf. Garrison y otros 2011), de modo que podría suponerse que su interpretación comporta la recuperación de un número de efectos cognitivos relacionados con contenidos proposicionales. Gutt 2013 sugiere un marco explicativo, en el seno de la TR, en el que dar cuenta de la interpretación de tales signos. Adaptando su planteamiento, cabría establecer que, al recurrir al emoticono, el emisor ha hecho manifiesta su intención de activar el sentimiento F. La comunicación tendrá éxito si el destinatario reconoce esta intención. De ello se sigue que esta comunicación dará lugar a una representación proposicional con el estatuto de una conclusión implicada. En esta línea de razonamiento, la comunicación de emociones y sentimientos podría concebirse como un efecto cognitivo adicional, que se añade a la derivación de las implicaciones contextuales, los reforzamientos y

18. De hecho, los emoticonos se usan con mayor frecuencia en conversaciones positivas, y menos en interacciones negativas (Derks y otros 2007).

las contradicciones contextuales¹⁹. En el caso de los emoticonos, la implicatura estaría relacionada con un elemento no conceptual, consistente en la representación mental del sentimiento o emoción F.

En otros casos, sin embargo, el recurso a emoticonos menos frecuentes o más creativos (como los usados por varios miembros en el foro de los aficionados a los coches), daría acceso a efectos afectivos más débiles y no proposicionales, en la línea de los propuestos por Strey 2016. A este respecto, Strey 2016 distingue entre las «impresiones» (un conjunto de proposiciones débilmente comunicadas) y las «emociones» (un conjunto de efectos cognitivos afectivos). En la comunicación emocional, argumenta Strey 2016, p. 78-79, lo que se transmite es un rango amplio de efectos afectivos no proposicionales y no conceptuales, difícilmente reducibles a una sola emoción transmitida en un cierto grado. Adoptando el concepto, recientemente acuñado por Sperber y Wilson 2015, de «contenido pretendido» («intended import»), cabría plantear un continuum de casos de efectos emocionales inducidos por los emoticonos, desde los más determinados a los más indeterminados, en función del contexto.

Como argumentan Sperber y Wilson 2015, existe en la comunicación una gradación, desde situaciones en las que el contenido transmitido por el emisor es completamente proposicional, en términos de implicaturas y explicaturas, a situaciones en las que los sentimientos, las emociones y las actitudes modifican la mutualidad de los supuestos que son manifiestos para los interlocutores, en el sentido de que la relevancia del estímulo escogido (por ejemplo, un emoticono) es de carácter afectivo y no proposicional. En cualquiera de los casos, los emoticonos podrían concebirse como elementos ostensivos por medio de los cuales el emisor hace mutuamente manifiesta su intención de activar el sentimiento F (Gutt 2013). Cuando hablamos de activar una emoción o sentimiento, nos referimos, siguiendo a Strey 2016, p. 76, «to any kind of change of the hearer's mind, similar to metacognitive acquaintance», y no una emoción específica. Desde esta perspectiva, los emoticonos codifican procedimientos para activar determinadas representaciones disposicionales. Tales representaciones no están completamente determinadas (los emoticonos son casos de comunicación vaga; cf. Sperber y Wilson 1985), de modo que el significado del hablante, al usar el emoticono, no puede a menudo ser parafraseado (v. Sperber y Wilson 2015).

La definición de procedimiento asumida aquí es más amplia que la originariamente establecida en el marco relevantista (cf. Wilson y Sperber 1993), y se alinea con la perspectiva recientemente desarrollada por Wharton 2009, 2016, Wilson y Wharton 2006 y Strey 2016. Para estos autores, los *inputs* no son instrucciones para la interpretación, sino elementos que inducen y gestionan niveles de activación. Así, los emoticonos codifican la activación procedimental de una serie de efectos afectivos y emocionales, construyendo, así, la búsqueda

19. Si consideramos que los sentimientos y emociones son de naturaleza cognitiva (v. Oatley y Johnson-Laird 2013), entonces sus representaciones deberían ser parte también del entorno cognitivo de los participantes en el acto comunicativo.

de relevancia (v. Blakemore 2011). Una explicación similar podría desarrollarse para los signos de modalidad usados de modo no normativo en los contextos de CMO, tal y como argumento en el apartado siguiente.

4. PUNTUACIÓN NO NORMATIVA O NO ESTÁNDAR

En conjunción con los emoticonos, la puntuación no normativa o estándar constituye un conjunto de estrategias que complementan a la puntuación lógico-gramatical en la interpretación de los mensajes publicados en los dos foros seleccionados. De hecho, se ha subrayado en la literatura que, en determinados entornos electrónicos, la puntuación no estándar (en particular, con los puntos suspensivos y con los signos de exclamación y de interrogación), parece desempeñar un papel más importante que los emoticonos (Hancock 2004; Golato y Taleghani-Nikazm 2006; Kalman y Gergle 2010; Ong 2011; Riordan y Kreuz 2010; Waseleski 2006).

Esta puntuación no normativa consiste, básicamente, en un uso enfático de los signos de modalidad, manifestado en la repetición de los signos de exclamación e interrogación y en la acumulación y explotación de los puntos suspensivos con fines emotivos. Junto con los emoticonos, conforma la puntuación que he calificado de «retórico-emotiva» (cf. Figueras 2014). La relevancia de los signos de puntuación en un uso retórico-emotivo consiste, básicamente, tanto en restringir el significado comunicado con el enunciado (guiando, por ejemplo, la recuperación de las descripciones de los actos de habla y las actitudes proposicionales intencionalmente comunicadas; esto es, las «explicaturas de alto nivel», en términos de Sperber y Wilson 1986), como en guiar la activación de una serie de efectos afectivos y emocionales. A este respecto, Yus 2005 muestra que los usuarios del chat asocian la repetición de la puntuación con la intensidad de la actitud transmitida, y que consideran el texto de puntuación más neutra o normativa insuficiente para expresar esos contenidos ilocutivos o de actitud proposicional. Por ejemplo, la repetición de signos de interrogación se interpreta como un signo de insistencia (Yus 2005), tal y como se ilustra en (18):

- (18) <nenita69> alguien de torrejon de ardoz???????
 <beckham15_msn> alguna valenciana?????????????????
 (Ejemplo de Yus, 2005, p. 161)

El usuario, guiado por el signo de puntuación y su repetición, debe recuperar una descripción del acto de habla del emisor del tipo: <nenita69> *está preguntando con insistencia si alguien de Torrejón de Ardoz quiere hablar con ella* (Yus 2005).

Como observa Yus 2005, tales deformaciones textuales, tan comunes en los chats, representan marcadores discursivos de identidad. Signos afectivos y de puntuación crean barreras lingüísticas intra-grupales (la jerga empleada solo es comprensible para los miembros del grupo), e indizan una determinada identidad

colectiva. Este análisis puede hacerse extensivo a los mensajes publicados en los dos foros examinados en el presente trabajo. En particular, los usuarios del foro de TCA, fundamentalmente mujeres, recurren con más frecuencia a los signos de modalidad en un uso retórico-emotivo que los participantes en el foro dedicado a los coches (en su gran mayoría, hombres). En el mensaje de (19), publicado en el foro de personas afectadas por un TCA, la deformación textual sirve, precisamente, el propósito de comunicar un contenido afectivo que refuerce el lazo de solidaridad entre el emisor y los demás miembros legítimos del grupo:

(19) (ayyyyyyyyyyyyyy iriiiiiiiiiiiiis!!!! te he extrañado nenaaaaaaaaaaaaaaaaa!!!!
glor!!!! aunque no lo creas a ti tambien!!!!)

4.1. *Funciones de los signos de exclamación repetidos en la CMO*

Los signos de exclamación repetidos han sido asociados a diferentes funciones. Se los ha calificado, por ejemplo, de «marcas de excitabilidad» o incluso de «emocionalidad positiva o negativa» (Waseleski 2006). También han sido interpretados como índices de «interacción amistosa» o énfasis, ya que frecuentemente se emplean en la CMO para modalizar enunciados en los que se describen hechos (Waseleski 2006; Herring and Zelenkauskaitė 2009).

En relación con su caracterización como «marcas de excitabilidad», el estudio de Hiatt 1977 fue el primero en plantear que el uso de ciertos tipos de puntuación resulta indicativo de un estilo de escritura más masculino o más femenino. En concreto, la frecuencia en el uso de los signos de exclamación constituye un indicador de «emotionality or excitability» (Hiatt 1977, p. 39), cualidades asociadas, según Hiatt 1977, al lenguaje de las mujeres. Posteriormente, el análisis de Rubin y Greene 1992 confirma el mayor uso de los signos de exclamación por parte de las mujeres, en comparación con los hombres. Rubin y Greene 1992, p. 27, matizan que una elevada frecuencia de signos de exclamación, más que considerarse como un índice de «excitabilidad», «can be regarded as sort of an orthographic intensifier signaling *I really mean this!*».

En el campo de la CMO, Colley y Todd 2002 investigan las diferencias de género en cuanto al estilo y el contenido de los correos electrónicos producidos por estudiantes universitarios. El estudio de Colley y Todd 2002 corrobora que los signos de exclamación son empleados con mayor frecuencia por parte de las mujeres, aunque los autores no exploran las funciones pragmáticas de tales marcas. En un estudio relacionado, Waseleski 2006 examina el significado de los signos de exclamación en un corpus de 200 expresiones (palabras, frases o enunciados con marcas de exclamación), identificados en dos grupos de discusión en línea. Waseleski 2006 concluye que los signos de exclamación son más abundantes en las producciones de las mujeres, pero descarta que tales marcas funcionen primariamente como marcas de excitabilidad. El estilo discursivo de

los mensajes se caracteriza por el apoyo, la solidaridad, el agradecimiento, y la colaboración comunicativa (características identificadas por Herring 1994 como propias del discurso femenino en la CMO). Los mensajes no contienen *flaming*²⁰ ni muestran ningún comportamiento abusivo, lo que sugiere la presencia de valores feminizados, de acuerdo con Waseleski 2006.

En el contexto de la mensajería instantánea, Fox y otros 2007 observan que las mujeres son más expresivas que los hombres (en las variables de énfasis, risas, emoticonos, adjetivos y número de temas, entre otras). Baron y Ling 2011, por su parte, concluyen que los chicos adolescentes tienden a finalizar sus mensajes de texto cuando han transmitido la información requerida en el intercambio, en tanto que las chicas juzgan necesario suavizar sus textos con mecanismos de cortesía y solidaridad para no parecer maleducadas o desinteresadas. Estos resultados son consistentes con el resto de estudios sobre el lenguaje en la CMO: en general, las mujeres usan más signos de exclamación, más emoticonos, y recurren a intensificadores más positivos que los hombres (Baron 2004; Colley y otros 2004; Herring 2003; Witmer y Katzman 1997).

Todos estos rasgos se reflejan claramente en el uso de los signos de modalidad y los emoticonos en el foro de los TCA examinado en el presente estudio. Los emoticonos aparecen frecuentemente en el foro acompañando a expresiones de cortesía positiva, tales como actos de habla de felicitar, dar un cumplido, y para expresar apoyo y comprensión, dar ánimos, y ofrecer asistencia. Se trata de elementos visuales orientados a fomentar los lazos de solidaridad y comunidad. Los signos de modalidad, por su parte, guían al lector en la identificación del posicionamiento afectivo del emisor, tal y como se ilustra en (20):

- (20) no voy a repetir lo anterior pues es totalmente cierto, los dulces son necesarios y las galletas nutritivas!!
 y nadie debe privarse de ningún tipo de alimento. además yo creo que es de los «dulces» mas sanos que hay
 así que piensa que tu ya eres adulta, que a la m lo que opine tu madre, pues tu eres la que debe valerse y enorgullecerse de los pequeños placeres y las voluntades positivas de tu vida y...
 QUE VIVAN LAS GALLETAS MARÍA!!!! =D
 ánimo 😊

En (20), la usuaria ha optado por recurrir a una puntuación de carácter retórico-emotivo, sin combinarla con ningún signo lógico o de primer régimen (puntuación lógico-gramatical), posiblemente para reforzar la intensidad del mensaje y promover el alineamiento con la persona a la que va dirigida su

20. El término *flaming* 'flamear', surgido en los primeros tiempos de la comunidad cibernética, supone expresar «opiniones duras e inflamatorias» (Siegel y otros 1986, p. 161). A menudo, indica lenguaje ofensivo (jurar e insultar). En otros casos incluye todo tipo de expresiones emocionales, e incluso el uso de superlativos (Lea y otros 1992; Thompsen 1996).

respuesta; en este caso, otro miembro del foro que ha sufrido una reciente recaída en su enfermedad. Los dos emoticonos, tanto el gráfico (=D), representando una carcajada, como el visual, reproduciendo un guiño (😏), estrechan los lazos afectivos entre los interlocutores, en tanto que los signos de exclamación intensifican, en este caso, la fuerza de la aserción, y contribuyen a elevar el tono emocional del mensaje.

A diferencia de la dinámica interactiva basada en el apoyo mutuo, la comprensión y la solidaridad, en el foro de los aficionados al automóvil se producen más enfrentamientos, más casos de *flaming*, y se responde con mucha más agresividad verbal. Tampoco los miembros recurren a los signos de exclamación como lo hacen quienes frecuentan el foro de TCA. Algunos de los usuarios en el foro del automóvil compiten entre ellos para granjearse el respeto de los otros miembros de la comunidad, a través de la exhibición de conocimiento experto. De ahí que, de vez en cuando, dos miembros se enzarcan en una disputa pública sobre algún aspecto técnico concreto. Para entender la dinámica de la discusión, hay que tener en cuenta que los miembros están organizados en una jerarquía en la que se establecen distintas categorías en función del tipo de conocimiento que cada uno tiene de la materia, y del tiempo que llevan interviniendo en el foro. Tales categorías se recogen en el perfil del usuario: «forero sénior», «forero máster», «guest», «megaforero», «forero», «forero júnior».

En los casos en que algún nuevo miembro desafía la autoridad de quien se considera más experto, más experimentado y con más antigüedad en el foro (por ejemplo, cuestionando la veracidad o exactitud de la información proporcionada por este último), se produce un encendido debate que puede acabar en el insulto y la descalificación personal. En estos casos de *flaming* no se recurre a emoticonos ni a puntuación retórico-emotiva, aunque sí es posible emplear mayúsculas para indicar que el enunciado se pronuncia a gritos, tal y como puede comprobarse en la respuesta de Arturo RS en (21):

- (21) YA TE CONTESTE EN OTROS POST Y NO TE LO VOY A A REPETIR, tu entraste en este hilo diciendo chorradas, si chorradas, te moleste o no es asi, te hice un comentario y se acabo(respetanto totalmente tu chorrada), es muy sencillo, si el tema no te interesa pues no entres, asi de sencillo, o lo tomas o lo dejas, ya te lo repeti y no lo vuelvo a hacer, eres tu el que se arma un cacao leyendo superficialmente, interpretando mal y poniendo palabras en la boca de los demas sin saber ni quien las dijo, oyes campanas y no sabes donde, te moleste o no es asi, asi que lo mejor es como te digo si no te interesa no entres.

4.2. *Funciones de los puntos suspensivos en la CMO*

En los trabajos dedicados a la CMO, los puntos suspensivos se han interpretado como una señal de silencio (Vandergriff 2013). En función de este contenido, exhiben en el texto electrónico un valor polifuncional: pueden marcar ironía (Hancock, 2004), así como mitigar una amenaza a la imagen pública (Golato y Taleghani-Nikazm 2006; Ong 2011; Vandergriff 2013). En los dos foros estudiados, las funciones sociolingüísticas e interaccionales de los puntos suspensivos se ajustan a dos patrones específicos: o bien presentan los valores reconocidos por el código normativo (para indicar material elidido, para marcar duda o silencio, y para dejar constancia de que el pensamiento se deja incompleto; v. RAE y Asociación de Academias 2010); o bien adquieren valores más innovadores, como sucede, por ejemplo, cuando se usan como marcadores conjuntivos entre constituyentes gramaticales, en lugar de una conjunción léxica o de un pronombre relativo (Raclaw 2006). Este uso atípico se observa en el fragmento de (23), extraído del foro de coches:

- (22) felices fiestas a TODOS!!!!
 si no aparezco estos dias paciencia...entre la gripe , y el mal tiempo, y las fiestas...y el equipo de audio que voy a montar en el coche..me quitaran bastante tiempo....

Obsérvese que el emisor emplea los puntos suspensivos con un estilo muy libre, y ni siquiera respeta la convención de que se trate de tres puntos. Los primeros puntos suspensivos del enunciado introducen un supuesto que constituye un explicación o justificación del supuesto comunicado en el segmento precedente. Para dirigir de modo relevante la interpretación (en este caso, reduciendo el coste de procesamiento) quizás hubiera sido más adecuado recurrir a un conector de naturaleza causal. Las otras ocurrencias de los puntos suspensivos en el fragmento de (23) parecen observar un uso normativo: el signo marca un pensamiento inacabado. En cualquier caso, los puntos suspensivos inducen al destinatario a interpretar que el emisor está siendo intencionalmente vago o ambiguo, y que cierta información que se ha dejado implícita debe recuperarse recurriendo a procesos de inferencia.

Los puntos suspensivos, de acuerdo con Raclaw 2006, pueden operar también como reemplazo de otros tipos de puntuación de primer régimen; en concreto, comas y puntos, tal y como se muestra en los siguientes fragmentos –los ejemplos de (23)–(25) proceden de tres mensajes diferentes, publicados en el foro de coches; el de (26) se ha extraído del foro de recuperación de un TCA:

- (23) lo dicho...felices fiestas , y el desfase con control!!!! 😊
- (24) por cierto se me olvidaba...el trato mas exigente para un aceite de motor es para ti cual?....

- (25) el total es mas grueso en frio....y en caliente..por eso ahora volver al primero que usaste no es recomendable ya que el motor adapto su tolerancia interna el ultimko que usaste....por eso t ehable del motul....pero como los dos que te recomende son m,as caros..y dificiles de encontrar...te di la opcion de esos dos repsol , que son mas baratos , y mas comunes....y mas apropiados a tu motor en tus circunstancias actuales , y ademas..al igual que el primero que usaste...los dos repsol son para inyeccion directa....cuya norma es la acea b4.
- (26) Tengo un problema....mi psicologa me dio una tabla para contar calorías pero me dijo que no me obsesione con ella....o sea...no entiendo cré que estaba mal contar calorías....aparte se puso muy contenta con que haya comenzado el gym...empecé la semana pasada, no sé estoy como confundida ...ah...me dijo que ella había tenido problemas alimenticios, está mal que me lo haya dicho? ...mierda ahora que empecé y me cae bien la mina resulta estar rayada????!!!!

Los puntos suspensivos se usan en lugar de los dos puntos, la puntuación lógico-gramatical esperable, en (23) y (24). Tanto en (25) como (26), los puntos suspensivos sustituyen a comas y a puntos, fundamentalmente. Lo que cabe preguntarse, a la luz de estos ejemplos, es por qué los hablantes recurren a los puntos suspensivos, en lugar de a una puntuación de primer régimen o a conectores pragmáticamente adecuados. Una de las razones aducidas por Raclaw 2006 para el uso de los puntos suspensivos en funciones no normativas es la indicación de un cambio en el posicionamiento afectivo adoptado por el emisor. Este expresa, con el recurso a los puntos suspensivos, una mayor empatía, proximidad o alineamiento con el destinatario en el intercambio. Raclaw 2006 bautiza este movimiento discursivo con el término «*sympathetic speech style through metaphorical styleshifting*». Se trata de una estrategia ideada por los hablantes para desarrollar el trabajo interactivo en un entorno en el que, como ocurre con los foros electrónicos estudiados, no resultan viables prácticas «corporeizadas» para expresar afecto, tales como gestos, proxemia, tacto y otras características extralingüísticas del habla cara a cara. Los puntos suspensivos, por tanto, al igual que otros signos de modalidad (como los signos de puntuación e interrogación) se explotan para orientar a la audiencia en la tarea de identificación del posicionamiento (afectivo, epistémico, evaluativo) del emisor hacia el contenido proposicional del enunciado.

4.3. *Los signos de modalidad en un uso expresivo: la explicación relevantista*

El efecto enfático que producen la repetición de signos de exclamación y de interrogación, y el uso expresivo de los puntos suspensivos se sigue del principio comunicativo de relevancia (Sperber y Wilson 1986). El destinatario, enfrentado al procesamiento de enunciados como los de (23)–(26), tenderá a

reconciliar el hecho de que ciertos signos de puntuación se han repetido, de modo ostensivo, con la presunción de relevancia. El esfuerzo extra que supone procesar la repetición deberá compensarse con algún incremento de los efectos contextuales que provoca la repetición misma; es decir, que el destinatario está constreñido no solo por el contenido procedimental codificado por el signo de puntuación, sino también por el supuesto de que debe interpretar la repetición de acuerdo con el principio de relevancia (Blakemore 2011). La repetición, por tanto, obliga al destinatario a ampliar el contexto de interpretación, a fin de derivar efectos cognitivos extra que, de otro modo, no se hubieran obtenido. En el caso de los signos de modalidad, la repetición añade significado expresivo; en concreto, fuerza al destinatario a derivar un conjunto de efectos cognitivos afectivos, de modo similar a lo que ocurre con los emoticonos.

Desde este enfoque, los signos de modalidad, usados de modo expresivo por medio de la repetición, activarían los procesos para derivar descripciones de actitudes proposicionales de carácter evaluativo. Tales signos permitirían insertar la proposición de base en una explicatura de alto nivel, al mismo tiempo que la repetición daría acceso a un rango de supuestos actitudinales y afectivo-emocionales. En el entorno de la CMO, los signos de modalidad repetidos actuarían, por tanto, como puente entre los dos niveles de comprensión propuestos por Strey 2016: el de la comunicación de proposiciones, supuestos y creencias, y el de la comunicación emocional (ambos guiados por la relevancia).

5. CONCLUSIONES

A partir del análisis trazado en los apartados precedentes, puede proponerse que la interpretación de los emoticonos, así como de los signos de puntuación de modalidad usados de modo enfático en la CMO, desencadenan procedimientos de lectura de las emociones, en la línea de otros elementos de significado expresivo contemplados desde la TR, como las interjecciones (cf. Wharton 2003). ¿Cuál sería, entonces, el proceso interpretativo de emoticonos y signos de modalidad enfáticos? Para responder a esta cuestión habría que considerar la naturaleza misma de las emociones. Sin entrar en un debate tan complejo como este, podríamos asumir, siguiendo a Cosmides y Tooby 2000, p. 93, que las emociones constituyen un tipo de programa cognitivo superordinado que gobierna los subprogramas cognitivos encargados de la percepción y la atención, las prioridades motivacionales, la selección de objetivos, la recogida de información, la inferencia, las reacciones fisiológicas, etc. Sobre esta base, Wharton 2016 define las emociones como heurísticas procedimentales que comportan la interacción entre la cognición, por una parte, y los sentimientos, por otra. A la par que los programas o procedimientos emocionales se han desarrollado también procedimientos de lectura de las emociones. Esta idea es consistente con la hipótesis, planteada desde la visión masivamente modular de la mente (Sperber 2002, 2005; Sperber y otros 2010), del desarrollo evolutivo de mecanismos de

vigilancia emocional para detectar, reaccionar y modular nuestras respuestas a las señales emocionales (Dezecache y otros 2013). La compleja tarea de la vigilancia emocional –crítica para la supervivencia– comporta, en palabras de Dezecache y otros 2013, p. 226, «figuring out when it is beneficial to respond to any given emotional signal [...] integrating numerous variables such as the type of signal, its intensity, its source, as well as many features of the specific context in which it is emitted»²¹.

Dado el papel fundamental que los procedimientos de lectura de las emociones desempeñan en la comunicación humana (sea esta ostensiva o no ostensiva), así como también en la cognición, puede asumirse, de acuerdo con Strey 2016, p. 86, que los seres humanos operamos con un procedimiento de identificación y comprensión de las emociones que incluye los pasos de (27):

(27) *Emotional-reading comprehension procedure*

- a. Follow a path of least effort in computing affective effects: Test interpretative hypotheses about the emotional input that is being expressed in order of accessibility.
- b. Stop when your expectations of relevance are satisfied.

La heurística de (27) fuerza al destinatario a plantear una hipótesis adecuada del contenido afectivo, a través de la descodificación de los *inputs* y del seguimiento de un proceso inferencial para interpretar el significado emocional del hablante. ¿Cuál es, entonces, la relación que media entre los signos de puntuación lógicos, los signos de puntuación indicadores de modalidad y los emoticonos? Teniendo en cuenta, como observan Provine y otros 2007, que los emoticonos han adquirido también la capacidad de puntuar el texto, puede plantearse que, en el entorno de la CMO, opera un sistema complejo de puntuación con tres órdenes o regímenes de signos que actúan sobre diversos niveles del contenido transmitido:

Signos de puntuación lógicos (primer régimen de puntuación)

- Nómina: Punto final, punto y aparte, punto y seguido, punto y coma, dos puntos, coma.
- Función: Constriñen la explicatura básica (forma proposicional), ajustando lo que se codifica lingüísticamente.
- Activan los procesos inferenciales de recuperación del contenido proposicional.

21. Estos mecanismos de vigilancia emocional son funcionalmente equivalentes (aunque no similares) a los de vigilancia epistémica planteados por Sperber y otros 2010.

Signos de puntuación de modalidad (segundo régimen de puntuación)

- Nómina: signos de exclamación e interrogación, puntos suspensivos.
- Función: Construyen el nivel de las explicaturas de alto nivel.
- Activan los procesos inferenciales de recuperación del significado ilocutivo-actitudinal.

Cuando son explotados estilísticamente (uso «retórico-emotivo»), la repetición y el uso enfático inducen al destinatario a añadir actitudes emocionales a las representaciones proposicionales derivadas inferencialmente.

Emoticonos (tercer régimen de puntuación)

- Nómina: Signos icónicos gráficos y visuales. Sistema inestable, con algunos elementos más convencionalizados que otros (sonrisas, guiños, enfados, expresión de tristeza).
- Activan los procesos de reconocimiento de las emociones, restringiendo el nivel de los efectos afectivos (no proposicionales).
- Con los emoticonos se crea una mutualidad afectiva, más que cognitiva.

En este ordenamiento por niveles de representación, los elementos del nivel afectivo (tercer régimen de puntuación) puede asumir funciones de los elementos de nivel proposicional (primer régimen de puntuación) e ilocutivo-actitudinal (segundo régimen de puntuación), pero no al revés. Así, tanto los signos de interrogación y exclamación como los puntos suspensivos pueden operar de punto o punto y coma; y los emoticonos más convencionalizados pueden guiar la recuperación de las explicaturas de alto nivel (como los signos de modalidad) y ciertas implicaturas débiles (como los puntos suspensivos), al tiempo que tienen la capacidad de operar como punto.

BIBLIOGRAFÍA

- ALDUNATE, N. y GONZÁLEZ-IBÁÑEZ, R. (2017): «An integrated review of emoticons in computer-mediated communication», *Frontiers in Psychology* 7. <<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5216035/>>.
- AMAGHLOBELI, N. (2012): «Linguistic features of typographic emoticons in SMS discourse», *Theory and Practice in Language Studies* 2, 2, pp. 348-354.
- BARON, N. (2004): «See you online: Gender issues in college student use of instant messaging», *Journal of Language and Social Psychology* 23, pp. 397-423.
- BARON, N. y LING, R. (2011): «Necessary smileys & useless periods», *Visible Language*, 45, 1-2, pp. 45-67.
- BARON-COHEN, S. (1995): *Mindblindness*, Cambridge, MA, MIT Press.
- BLAKEMORE, D. (2011): «On the descriptive ineffability of expressive meaning», *Journal of Pragmatics* 43, pp. 3537-3550.

- BLAKEMORE, S., y CHOUDHURY, S. (2006): «Development of the adolescent brain: implications for executive function and social cognition», *Journal of Child Psychology and Psychiatry* 47, 3-4, pp. 296-312.
- BURNETT, S. y BLAKEMORE, S. J. (2009): «Functional connectivity during a social emotion task in adolescents and in adults», *European Journal of Neuroscience* 29, 6, pp. 1294-1301.
- CAFFI, C. y JANNEY, R. W. (1994): «Toward a pragmatics of emotive communication», *Journal of Pragmatics* 22, pp. 325-373.
- CARSTON, R. (2002): *Thoughts and utterances*, Oxford, Blackwell.
- CHARTRAND, T. L., y BARGH, J. A. (1999): «The chameleon effect: The perception-behavior link and social interaction», *Journal of Personality and Social Psychology* 76, pp. 893-910.
- COLLEY, A. y TODD, Z. (2002): «Gender-linked differences in the style and content of e-mails to friends», *Journal of Language and Social Psychology* 21, 4, pp. 380-392.
- COLLEY, A., TODD, Z., BLAND, M., HOLMES, M., KHANOM, N. y PIKE, H. (2004): «Style and context in e-mails and letters to male and female friends», *Journal of Language and Social Psychology* 23, pp. 369-378.
- COSMIDES, L. y TOOBY, J. (2000): «Evolutionary psychology and the emotions», en Lewis, M., Haviland-Jones, J. M. y Fieldman, L. (eds.), *Handbook of emotions*, 2ª ed., Barret, NY, Guilford, pp. 91-115.
- CRYSTAL, D. (2001): *Language and the Internet*, Cambridge, Cambridge University Press.
- DANET, B. (2001): *Cyberplay: Communicating online*, Berg, Oxford.
- DARICS, E. (2010): «Politeness in computer-mediated discourse of a virtual team», *Journal of politeness research* 6, 1, pp. 129-150.
- DEZECACHE, G., MERCIER, H. y SCOTT-PHILLIPS, T. (2013): «An evolutionary approach to emotional communication», *Journal of Pragmatics* 59, pp. 221-233.
- DENNETT, D. (1987): *The intentional stance*, Cambridge, The MIT Press.
- DERKS, D., BOS, A., y VON GRUMBKOW, J. (2007): «Emoticons and social interaction on the Internet: the importance of social context», *Computers in Human Behavior* 23, pp. 842-849.
- DERKS, D., BOS, A., y VON GRUMBKOW, J. (2008a): «Emoticons and online message interpretation», *Social Science Computer Review* 26, 3, pp. 379-388.
- DERKS, D., FISCHER, A. H., y BOS, A. E. (2008b): «The role of emotion in computer-mediated communication: A review», *Computers in Human Behavior* 24, pp. 766-785.
- DRESNER, E., y HERRING, S. C. (2010): «Functions of the nonverbal in CMC: emoticons and illocutionary force», *Communication Theory* 20, pp. 249-268.
- ESCANDELL-VIDAL, V. (2009a): «Social cognition and intercultural communication», en Guillén-Nieto, V., Marimón-Llorca, C. y Vargas-Sierra, C. (eds.), *Intercultural business communication and simulations and gaming methodology*, Berna, Peter Lang, pp. 65-96.
- ESCANDELL-VIDAL, V. (2009b): «Social cognition and second language learning», en Gómez-Morón, R., Padilla Cruz, M., Fernández, L. y Hernández López, M. O. (eds.), *Pragmatics applied to language teaching and learning*, Newcastle, Cambridge Scholars, pp. 1-39.
- ESCANDELL-VIDAL, V., LEONETTI, M., y AHERN, A. (2011): «Introduction: procedural meaning», en Escandell-Vidal, V., Leonetti, M. y Ahern, A. (eds.), *Procedural meaning: Problems and perspectives*, Bingley, Emerald Group, pp. 17-45.
- FIGUERAS, C. (2001): *Pragmática de la puntuación*, Barcelona, Octaedro.
- FIGUERAS, C. (2014): «Pragmática de la puntuación y nuevas tecnologías», *Revista normas* 4, pp. 135-160.
- FODOR, J. (1983): *The modularity of mind*, Cambridge, MA, MIT Press.

- FOX, A. B., BUKATKO, D., y HALLAHAN, M. (2007): «The medium makes a difference gender similarities and differences in instant messaging», *Journal of Language and Social Psychology* 26, 4, pp. 389-397.
- FREHNER, C. (2008): *Email, SMS, MMS. The linguistic creativity of asynchronous discourse in the New Media Age*, Berna, Peter Lang.
- FRITH, U. (2013): «Are there innate mechanisms that make us social beings?», *Neurosciences and the human person: New perspectives on human activities Pontifical Academy of sciences, Scripta Varia* 121, Ciudad del Vaticano. <<http://www.pas.va/content/dam/accademia/pdf/sv121/sv121-frithu.pdf>>.
- FRITH, U. y FRITH, C. D. (2003): «Development and neurophysiology of mentalizing», *Philosophical Transaction B* 358, pp. 459-473.
- GARRISON, A., REMLEY, D., THOMAS, P., y WIRSZEWSKI, E. (2011): «Conventional faces: emoticons in instant messaging discourse», *Computers and Composition* 28, pp. 112-125.
- GODIN, S. (1993): *The smiley dictionary*, Berkeley, CA, Peachpit Press.
- GOLATO, A. y TALEGHANI-NIKAZM, C. (2006): «Negotiation of face in webchats», *Multilingua* 25, pp. 293-321.
- GUTT, E. A. (2013): «How does the affective relate to ostensive-inferential communication?». <<http://www.saunalahti.fi/~ehmgutt/How%20does%20the%20affective%20relate%20to%20ostensive%2005.pdf>>.
- HAN, D. H., YOO, H. J., KIM, B. N., MCMAHON, W., y RENSHAW, P. F. (2014): «Brain activity of adolescents with high functioning autism in response to emotional words and facial emoticons», *PLoS ONE* 9:e91214. doi: 10.1371/journal.pone.0091214
- HANCOCK, J. T. (2004): «Verbal irony use in face-to-face and computer-mediated communication», *Journal of Language and Social Psychology* 23, 4, pp. 447-463.
- HARRISON, R. P. (1973): «Nonverbal communication», en Pool, I. S., Schramm, W., Maccoby, N., Fry, F., Parker, E. y Fern, J. L. (eds.), *Handbook of communication*, Chicago, Rand McNally, pp. 93-115.
- HERRING, S. C. (1994): «Politeness in computer culture: Why women thank and men flame», en *Cultural performances: Proceedings of the Third Berkeley women and language conference*, Berkeley Women and Language Group, pp. 278-294.
- HERRING, S. C. (2003): «Gender and power in online communication», en Holmes, J. y Meyerhoff, M., (eds.), *The handbook of language and gender*, Oxford, Blackwell Publishers, pp. 202-228.
- HERRING, S. C., y ZELENKAUSKAITE, A. 2009: «Symbolic capital in a virtual heterosexual market: abbreviation and insertion in Italian iTV SMS», *Written Communication* 26, 5, pp. 5-31.
- HIATT, M. (1977): *The way women write*, Nueva York, Teachers College Press.
- HIRSCHFELD, L. A., y GELMAN, S. A. (1994): *Mapping the mind: Domain specificity in cognition and culture*, Nueva York, Cambridge University Press.
- HUANG, A. H., YEN, D. C., y ZHANG, X. (2008): «Exploring the potential effects of emoticons», *Information & Management* 45, pp. 466-473.
- IP, A. (2002): «The impact of emoticons on affect interpretation in instant messaging». <http://amysmile.com/pastprj/emoticon_paper.pdf>.
- JIBRIL, T. A. y ABDULLAH, M. H. (2013): «Relevance of emoticons in computer-mediated communication contexts: An overview», *Asian Social Science* 9, 4, pp. 201-207.

- KALMAN, Y. M. y GERGLE, D. (2010): «CMC cues enrich lean online communication: the case of letter and punctuation mark repetitions», *5th Mediterranean Conference on Information Systems*, Septiembre 12-14, Tel-Aviv, Israel. <<http://www.kalmans.com/MCIS2010Cues.pdf>>.
- KASPER, G. (1992): «Pragmatic transfer», *Second Language Research* 3, pp. 203-231.
- KAVANAGH, B. A. (2010): «Cross-cultural analysis of Japanese and English non-verbal online communication: The use of emoticons in weblogs», *Intercultural Communication Studies* 19, 3, pp. 65-80.
- KIESLER, S., SIEGEL, J. y MCGUIRE, T. (1984): «Social psychological aspects of computer-mediated communication», *American Psychologist* 39, 10, pp. 1123-1134.
- LEA, M., O' SHEA T., FUNG, P., y SPEARS, R. (1992): «Flaming in computer-mediated communication: Observations, explanations, implications», en Lea, M. (ed.), *Contexts of computer mediated communication*, Nueva York, Harvester Wheatsheaf, pp. 89-112.
- LEA, M., y SPEARS, R. (1992): «Paralanguage and social perception in computer-mediated communication», *Journal of Organizational Computing* 2, pp. 321-341.
- LO, S.-K. (2008): «The nonverbal communication functions of emoticons in computer-mediated communication», *CyberPsychology & Behavior* 11, 5, pp 595-597.
- LUOR, T., WU, L., LU, H.-P. y TAO, Y.-H. (2010): «The effect of emoticons in simple and complex task-oriented communication: An empirical study of instant messaging», *Computers in Human Behavior* 26, pp. 889-895.
- MARKMAN, K. M. y OSHIMA, S. (2007): «Pragmatic play? Some possible functions of English emoticons and Japanese Kaomoji in computer-mediated discourse», *Association of internet researchers annual conference 8.0: Let's Play!*, Vancouver, Canadá.
- MARTIN, J. R. y WHITE, P. R. R. (2005): *The language of evaluation*, Basingstoke, Hampshire.
- MERCIER, H. y SPERBER, D. (2011): «Why do humans reason? Arguments for an argumentative theory», *Behavioral and Brain Sciences* 34, pp. 57-74.
- MORZY, N. (2011): «Internet forums: What knowledge can be mined from online discussions», en Kumar, S. (ed.), *Knowledge discovery practices and emerging applications of data mining: Trends and new domains*, Nueva York, pp. 315-336.
- OLSSON, A. y OCHSNER, K. N. (2007): «The role of social cognition in emotion», *Trends in Cognitive Sciences* 12, 2, pp. 65-71.
- O'NEILL, B. (2010): «LOL! (Laughing online): An investigation of non-verbal communication in computer mediated exchanges», *Working papers of the linguistics circle of the University of Victoria* 20, pp. 117-123.
- OATLEY, K. y JOHNSON-LAIRD, P. N. (2013): «Cognitive approaches to emotions», *Trends in Cognitive Sciences* 20, pp. 1-7.
- ONG, K. W. (2011): «Disagreement, confusion, disapproval, turn elicitation and floor holding: actions as accomplished by ellipsis marks-only turns and blank turns in quasisynchronous chats», *Discourse Studies* 13, 2, pp. 211-234.
- PELPHREY, K. A., y CARTER, E. J. 2008: «Brain mechanisms for social perception: lessons from autism and typical development», *Annual New York Academy Science* 1145, pp. 283-299.
- PROVINE, R. R. (1993): «Laughter punctuates speech: Linguistic, social and gender contexts of laughter», *Ethology* 95, pp. 291-298
- PROVINE, R. R. (2000): *Laughter: A scientific investigation*, Nueva York, Viking.

- PROVINE, R. R., SPENCER, R. J., y MANDELL, D. L. (2007): «Emotional expression online. Emoticons punctuate website text messages», *Journal of Language and Social Psychology* 26, 3, pp. 299-307.
- RACLAW, J. (2006): «Punctuation as social action: The ellipsis as a discourse marker in computer-mediated communication», *Proceedings of the 32nd Annual meeting of the Berkeley Linguistics Society*, Berkeley, Berkeley Linguistics Society.
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA Y ASOCIACIÓN DE ACADEMIAS DE LA LENGUA ESPAÑOLA (2010): *Ortografía de la lengua española*, Madrid, Espasa.
- REZABEK, L. L. y COCHENOUR, J. J. (1998): «Visual cues in computer-mediated communication: Supplementing text with emoticons», *Journal of Visual Literacy* 18, pp. 210-215.
- RIORDAN, M. A. y KREUZ, R. (2010): «Cues in computer-mediated communication: a corpus analysis», *Computers in Human Behavior* 26, pp. 1806-1817.
- RUBIN, D. y GREENE, K. (1992): «Gender-typical style in written language», *Research in the Teaching of English* 26, 1, pp. 7-40.
- SEBASTIAN, C.; VIDING, E., WILLIAMS, K. K., y BLAKEMORE, S. J. (2010): «Social brain development and the affective consequences of ostracism in adolescence», *Brain and Cognition* 72, pp. 134-145.
- SIEGEL, J., DUBROVSKY, V., KIESLER, S., y MCGUIRE, T. W. (1986): «Group processes in computer-mediated communication», *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 37, 2, pp. 157-187.
- SINGER, T., y FRITH, C. (2005): «The painful side of empathy», *Nature neuroscience* 8, 7, pp. 845-846.
- SPERBER, D. (2002): «In defense of massive modularity», en Dupoux, E. (ed.), *Language, brain and cognitive development: Essays in honor of Jacques Mehler*, Cambridge, MA, MIT Press, pp. 47-57.
- SPERBER, D. (2005): «Modularity and relevance: how can a massively modular mind be flexible and context dependent?», en Carruthers, P., Laurence, S. y Stich, S. (eds.), *The innate mind*, Oxford, Oxford University Press, pp. 53-68.
- SPERBER, D., CLÉMENT, F., HEINTZ, C., MASCARO, O., MERCIER, H., ORIGGI, G. y WILSON, D., (2010): «Epistemic vigilance». *Mind & Language* 25, pp. 359-393.
- SPERBER, D. y WILSON, D. (1986/1995): *Relevance. Communication and cognition*, Oxford, Blackwell.
- SPERBER, D. y WILSON, D. (2015): «Beyond speakers meaning», *Croatian Journal of Philosophy* 15, 44, pp. 117-149.
- STREY, C. (2016): *The language of emotions: An ostensive-inferential study*, Tesis doctoral, Puerto Alegre, PUCRS.
- THOMPSEN, P. A. (1996): «What's fueling the flames in cyberspace: A social influence model», en Strate, L., Jacobson, R, y Gibson, S. B. (eds.), *Communication and cyberspace: Social interaction in an electronic environment*, Cresskill, NJ, Hampton Press, pp. 297-315.
- TIDWELL, L. C., y WALTHER, J. B. (2002): «Computer mediated communication effects on disclosure, impressions, and interpersonal evaluations: Getting to know one another a bit at a time», *Human Communication Research* 28, pp. 317-348.
- TOMASELLO, M., CARPENTER, M., CALL, J., BEHNE, T., y MOLL, H. (2005): «Understanding and sharing intentions: The origins of cultural cognition», *Behavioral Brain Science* 28, 5, pp. 675-91.

- TOSSELL, C. C., KORTUM, P., SHEPARD, C., BARG-WALKOW, L. H., y RAHMATI, A. (2012): «A longitudinal study of emoticon use in text messaging from smart phones», *Computers in Human Behavior* 28, pp. 659-663.
- VANDERGRIFF, I. (2013): «Emotive communication online: A contextual analysis of computer-mediated communication (CMC) cues», *Journal of Pragmatics* 51, pp. 1-12.
- VANDERGRIFF, I. (2014): «Pragmatic investigation of emoticon use in nonnative speaker/native speaker text chat», *Language@Internet* 11, artículo 4.
- VANDERGRIFF, I. y FUCHS, C. (2009): «Does CMC promote language play? Exploring humor in two modalities», *CALICO Journal* 27, 1, pp. 26-47.
- WALTHER, J. B., y D'ADDARIO, K. P. (2001): «The impact of emoticons on message interpretation in computer-mediated communication», *Social Science Computer Review* 19, 3, pp. 324-347.
- WASELESKI, C. (2006): «Gender and the use of exclamation points in computer-mediated communication: An analysis of exclamations posted to two electronic discussion lists», *Journal of Computer-mediated Communication* 11, 4, pp. 1012-1024.
- WHARTON, T. (2003): «Interjections, language, and the showing/saying continuum», *Pragmatics & Cognition* 11, 1, pp. 39-91.
- WHARTON, T. (2009): *Pragmatics and non-verbal communication*, Cambridge, Cambridge University Press, .
- WHARTON, T. (2016): «That bloody so-and-so has retired: Expressives revisited», *Lingua* 175-176, pp. 20-35.
- WICKER, B., KEYSERS, C., PLAILLY, J., ROYET, J., GALLESE, V., y RIZZOLATTI, G. (2003): «Both of us disgusted in my insula: The common neural basis of seeing and feeling disgust», *Neuron* 40, pp. 655-664.
- WILSON, D. (2005): «New directions for research on pragmatics and modularity», *Lingua* 115, 8, pp. 1129-1146.
- WILSON, D. (2011): «The conceptual-procedural distinction: Past, present and future», en Escandell-Vidal, V., Leonetti, M. y Ahern, A. (eds.), *Procedural meaning: Problems and perspective*, Bingley, Emerald, pp. 3-31.
- WILSON, D. (2016): «Reassessing the conceptual-procedural distinction», *Lingua* 175-176, pp. 5-19.
- WILSON, D. y SPERBER, D. (1993): «Linguistic form and relevance», *Lingua* 90, pp. 1-25.
- WILSON, D. y WHARTON, T. (2006): «Relevance and prosody», *Journal of Pragmatics* 38, pp. 1559-1579.
- WITMER, D. F., y KATZMAN, S. L. (1997): «On-line smiles: Does gender make a difference in the use of graphic accents?», *Journal of Computer-mediated Communication* 2, 4.
- XU, L., YI, C., y XU, Y. (2007): «Emotional expression online: The impact of task, relationship and personality perception on emoticon usage in instant messenger», *11th Pacific-Asia conference on information systems*, Auckland.
- YUASA, M., SAITO, K. y MUKAWA, N. (2011). «Brain activity when reading sentences and emoticons: An fMRI study of verbal and nonverbal communication», *Electronics and Communications in Japan* 94, 5, pp. 17-24.
- YUS, F. (2010) [2001]: *Ciberpragmática. El uso del lenguaje en Internet*, Barcelona, Ariel.
- YUS, F. (2005): «Attitudes and emotions through written text: The case of textual deformation in Internet chat rooms», *Pragmalingüística* 13, pp. 147-174.
- YUS, F. (2011): *Cyberpragmatics. Internet-mediated communication in context*, Ámsterdam, John Benjamins.

- Yus, F. (2014): «Not all emoticons are created equal», *Linguagem em (dis)curso* 14, 3, pp. 511-529.
- Yus, F. (2016): «Propositional attitude, affective attitude and irony comprehension», *Pragmatics & Cognition* 23, 1, pp. 92-116

Edita
SeL

