

VOCES EN LA RED: LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS Y EL TUIT¹

CLARENA MUÑOZ DAGUA²

ORCID ID: orcid.org/0000-0002-5358-9002

Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, Colombia
clarenamunoz@unicolmayor.edu.co

MARTHA CECILIA ANDRADE CALDERÓN³

ORCID ID: orcid.org/0000-0002-7376-3004

Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, Colombia
mandrade@unicolmayor.edu.co

Recibido: 23 de febrero de 2016

Aceptado: 04 de mayo de 2016

Resumen:

Los textos que surgen con las tecnologías de la información y la comunicación determinan formas de interconectividad e interactividad para los jóvenes universitarios que exigen, con urgencia, definir las prácticas, propósitos, roles y modos de organización que se imponen con cada tipo textual derivado de esos entornos. En el marco de la Lingüística Sistemática Funcional de Halliday, aquí se detalla, con el concurso de la Teoría de la Valoración (Martin 2000) y, en particular, el sistema de Compromiso (White 2005), el funcionamiento de la capacidad dialógica de los textos electrónicos en el Tuit. Con ejemplos concretos, se analizan los recursos más utilizados por los jóvenes para intercambiar información académica, se explica de qué manera se alude a otros autores, cómo se utiliza el estilo directo e indirecto para transmitir el mensaje y de qué modo aparecen el rumor y el eco irónico en la puesta en escena en la Web.

Palabras clave: Tuit, rumor, extravocalización, heteroglosia, Teoría de la Valoración.

Voices on the web: university students and tweets

Abstract:

Texts arisen with information and communication technologies determine how university youth interconnect and interact among themselves, who are urgently calling for defining the practices, purposes, roles and modes of organization imposing themselves with each textual type arising from those contexts. Within the framework of Halliday's Systemic Functional Linguistics, and with the help of Appraisal Theory (Martin, 2000), and particularly the Commitment System (White 2005), and the workings of e-texts' dialogic

¹ En este trabajo utilizamos el término *tuit* y su correspondiente plural *tuits*, como aparece aprobado en la edición 23ª del Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española.

² Docente-Investigadora.

³ Docente-Investigadora.



Paris - 2016
Johanna Orduz

ability in tweets are discussed in depth. Making use of concrete examples —the resources most used by youth to exchange academic information—, they explain how reference is made to other authors, how direct and indirect style is used to convey the message and how rumour and the ironic echo appear in the staging on the Web.

Keywords: Tweet, rumour, extra-vocalization, heteroglossia, appraisal theory.

Voices na rede: os estudantes universitários e o Twitter

Resumo:

Os textos que surgem com as tecnologias da informação e da comunicação determinam formas de interconectividade e interatividade de jovens universitários que, por sua vez, demandam com urgência a definição de práticas, propósitos, papéis e modos de organização que se impõem a cada tipo de redação nesses contextos. No quadro da Linguística Sistemática Funcional de Halliday, é detalhado aqui, a partir da teoria da valoração (Martin 2000) e, em particular, do sistema de Compromisso (White 2005), o funcionamento da capacidade dialógica dos textos eletrônicos no Twitter. Mediante exemplos concretos, analisam-se os recursos mais usados pelos jovens para intercambiar informações acadêmicas. É explicada a maneira como se fazem referências a outros autores, como se usam os estilos direto e indireto para transmitir a mensagem e o modo em que aparecem o rumor e o eco irônico na performance da *Web*.

Palavras-chave: Twitter, rumor, extravocalização, heteroglossia, Teoria da Valoração.

1. Introducción

Los textos que surgen con las tecnologías de la información y la comunicación determinan formas de interacción comunicativa que exigen a los profesores de lengua afrontar con una nueva mirada las dificultades que presentan los estudiantes para desarrollar habilidades lecto-escriturales. Las competencias para la comunicación simbólica e interactiva que han desarrollado los universitarios con el despliegue tecnológico actual imponen unos nuevos tipos de textos, con unos rasgos sintácticos, semánticos y pragmáticos que exigen afrontar y preparar estrategias para la enseñanza de la escritura y la lectura en estos entornos.

En esta perspectiva, el trabajo se enfoca en detallar, con el concurso de la Teoría de la Valoración (Martin 2000) y, en particular, el sistema de Compromiso (White 2005), el modo de funcionamiento de la capacidad dialógica de los textos electrónicos en un tipo textual específico: el tuit. Con ejemplos concretos, tomados de un corpus de 60 tuits, se analizan y explican los recursos más utilizados por los estudiantes para intercambiar información académica e insertar otras voces en su discurso. El artículo tiene su referente central en la investigación *Tipos textuales en época de TIC*, desarrollada durante el año 2012 en la Universidad Colegio Mayor

de Cundinamarca, y el corpus de análisis forma parte del proyecto de exploración en el aula *El tuit, una opción didáctica para cualificar la lengua en la red en la web*, cuyo propósito es proponer una alternativa didáctica centrada en el adecuado manejo del tuit como posibilidad de promover la claridad, precisión y síntesis de la lengua en el discurso universitario.

2. Elementos conceptuales: valoración y compromiso

La Teoría de la Valoración constituye una extensión de los estudios sobre la función interpersonal del lenguaje propuesta por la Lingüística Sistemica Funcional de Halliday (1994). Esta última describe y explica los recursos lingüísticos mediante los cuales los hablantes llegan a expresar, negociar y naturalizar sus posiciones intersubjetivas y, como herramienta para el análisis, la teoría ofrece un marco para explorar, de acuerdo con White (2005), de qué modo y con qué fines retóricos los hablantes y autores adoptan a) una postura actitudinal hacia el contenido experiencial de sus enunciados, b) una postura hacia sus interlocutores reales o potenciales, y c) una postura hacia la heteroglosia del contexto intertextual en el que operan sus enunciados y textos.

El análisis de estos recursos propuestos por White resulta útil en términos del objetivo general de la investigación porque permite evidenciar cómo en los enunciados que se producen en el tuit, los estudiantes negocian en 140 caracteres una postura sobre un tema y, en síntesis, una imagen frente a los interlocutores reales y potenciales. La descripción de estas características se constituye en argumento fundamental para la propuesta didáctica sobre el uso de la lengua en la medida que se trata de precisar los retos que se deben afrontar en la enseñanza de la escritura en la red.

La Teoría de la Valoración (Hood y Martin 2005) divide los recursos evaluativos en tres grandes dominios semánticos: el sistema de Actitud, que delinea las regiones relevantes del sentimiento; el sistema de Compromiso, que especifica los recursos para ubicar la voz del hablante en relación con voces alternativas, y la Gradación, la cual utiliza un abanico de recursos que permiten ajustar, bajar o subir la fuerza de los sentimientos y precisar o debilitar las evaluaciones en términos de grados.

De este modo, el sistema de Compromiso, con una tradición heredada de Bajtin (2005) sobre la posibilidad que ofrecen los textos de poner a dialogar múltiples voces, ofrece una serie de recursos que permiten analizar cómo la voz textual se posiciona intersubjetivamente. En efecto, el Compromiso (White 2005) hace referencia a los significados con los cuales los hablantes reconocen o ignoran la diversidad de puntos de vista que sus emisiones ponen en juego, y negocian un espacio interpersonal para sus propias posiciones dentro de esa diversidad.

Desde este enfoque, White propone estudiar el sistema de Compromiso en la perspectiva heteroglósica, la cual es compatible con la descripción de la función del Modo (*Mood*) del modelo de Halliday. El lenguaje posiciona a los hablantes y sus textos dentro de la heterogeneidad de posturas sociales y de concepciones del mundo que operan en cualquier cultura. En consecuencia, los textos reflejan una determinada realidad social o una posición ideológica.

Cada significado dentro de un texto ocurre en un contexto social, donde podrían haberse elegido otros significados alternativos o contrarios. El significado social del texto se produce por las relaciones de divergencia o convergencia que establece en relación con esos significados alternativos. Desde una perspectiva sistémico-funcional, estos enunciados se analizan simultáneamente como ideacionales e interpersonales. Luego, las dos opciones principales en el sistema de Compromiso se ubican en dos dimensiones contrapuestas: la Monoglosia, que equivale a las aseveraciones absolutas, y la Heteroglosia, la cual corresponde a los enunciados que reconocen la existencia de otras voces y posturas alternativas, como se detalla con ejemplos en el punto tres.

De este modo, la presencia reiterativa de formas evaluativas en los intercambios del tuit determinó el análisis de los recursos que expresan la actitud del escritor frente a sus proposiciones y propuestas. En este artículo, que hace parte de una ponencia presentada en Suiza (Muñoz y Andrade, 2015) el análisis se enfoca en la categoría de Compromiso, con el fin de mostrar, mediante los recursos lingüísticos y discursivos, cómo, al realizar evaluaciones con recursos del sistema de Compromiso, el emisor establece alianzas con los receptores que comparten su punto de vista, se acerca a ellos y neutraliza, de alguna manera, las diferencias o distancias. El estudio de los valores de la Probabilidad, la Apariencia, el Rumor o Habladuría y otros recursos relacionados con la manifestación de la opinión y el Afecto hacia el potencial interlocutor que se manifiestan en los tuits, proporcionan un marco para analizar la función de las voces en este tipo textual electrónico e indagar las formas con que se gradúa el contacto con el público y, al mismo tiempo, se da fuerza al punto de vista del estudiante comprometido en la emisión del tuit.

3. Y ahora: ¿quién habla?

3.1 *El tuit*

Únete a la conversación es la consigna con la cual Twitter, desde el año 2006, seduce a millones de internautas que a diario hacen audibles sus voces en la red. Políticos, artistas, periodistas, profesores, estudiantes, entre otros, son usuarios de esta red social que permite leer y escribir mensajes breves y de fácil publicación. En efecto, los textos no superan los 140 caracteres y pueden enviarse desde el teléfono móvil, el computador y los dispositivos con software de mensajería instantánea. Así pues, Twitter ha sido clasificado como una plataforma de *microblogging*.

En relación con los inicios de Twitter, la idea original surge al interior de la empresa Odeo, fundada por Noah Glass y Evan Williams, en San Francisco (Estados Unidos). En el desarrollo del proyecto se destaca la idea de Jack Dorsey (Orihuela 2011) de un sistema que permitía mandar un mensaje de texto a cierto número y podía publicarse en la web a todos los amigos o contactos. El propósito fundamental de este tipo de cuenta estaba en comunicar lo que hace la gente en un momento determinado, de allí su entrada en el inicio (*¿Qué estás haciendo?*). En otras palabras, informar sobre cualquier tema compartido por los usuarios. Así, a partir de la práctica del seguimiento, Twitter ha logrado conectar miles de personas que pueden visualizar a otros usuarios al hacer un *clic* sobre el botón *sigue* de un determinado perfil de cuenta de una persona, institución o empresa.

No obstante, es necesario aclarar que, a diferencia de otras redes sociales, en Twitter no es obligatorio que el usuario siga a quien le sigue en la red; tampoco es requisito seguir a determinadas instituciones, empresas o personas para poder consultar los *tuits*. Este es un espacio público en el que los usuarios interactúan con personajes públicos sin intermediarios.

Sin embargo, desde su creación en el año 2006, Twitter ha evolucionado. Al comienzo la publicación se reducía al texto plano, sin formato, sólo caracteres; luego, poco a poco, se van agregando las imágenes, vídeos, enlaces a otras páginas, etc.. También, como ya se ha señalado, en el 2009, se cambió la pregunta *¿Qué estás haciendo?* por *¿Qué está pasando?* en la página de inicio, con lo que se acentuó el propósito de la herramienta de informar en tiempo real y visibilizar el mensaje de forma inmediata para muchos usuarios.

3.2 Voces en el tuit

Los tuits publicados por los usuarios se muestran en la página principal de cada cuenta en el inicio o *home*, donde, además, aparecen los botones *Conecta*, *Descubra*, un buscador y un icono que invita a escribir un mensaje. Debajo del menú, en el primer bloque a la izquierda, se muestran el nombre, la imagen, la biografía y algunos datos, como los tuits enviados (seguidores), un listado de perfiles afines y una selección de temas globales (*trending topics*) con los temas más tuiteados en un momento específico. A la acción de suscribirse a otras cuentas de usuarios se le denomina *seguir* (*follow*), por lo que el usuario se convierte en *seguidor* (*follower*) de dichas cuentas.

En el segundo bloque de la derecha, llamado *Cronología* (*Timeline*), se publican los tuits que van llegando en secuencia, del más reciente al más antiguo con la indicación detallada de su publicación en segundos, minutos, horas, día y publicación

Aunque, por principio, los tuits son públicos para todo internauta, es posible cambiar la configuración de la cuenta y especificar qué seguidores tienen acceso a ellos. Los usuarios pueden publicar desde la página web de Twitter o desde aplicaciones desarrolladas por terceros, las cuales requieren de autorización del usuario para poder funcionar en *smartphones*, *tablets*, mediante SMS, etc.

En cuanto al número de seguidores de un usuario y la regularidad con que se tuitea depende de la naturaleza de la información que se comparte. Asimismo, en los contactos de los usuarios están los amigos, familia, compañeros de trabajo, entre otros. Para Huberman, Romero y Wu (2009) los usuarios que buscan una relación amistosa a través de este medio pueden encontrar una atención recíproca, pues las características de la comunicación del tuit, breve, fugaz y cercana genera condiciones para hacerle frente a los ritmos de la vida actual que exigen no demorar la respuesta, actuar con rapidez y de algún modo responder de forma ágil: ir al aspecto central sin rodeos.

Asimismo, dentro de los usuarios de Twitter se encuentran los llamados *buscadores de información* (Orihuela 2011), que son aquellos que rara vez tuitean, pero están pendientes de las publicaciones de otros. Algunos usuarios, por su parte, debido a su popularidad, tienen un gran número de seguidores y se identifican como *tuitstars*.

Ahora bien, para esta parte del análisis enmarcado en la investigación de Twitter como opción didáctica se tomaron, al principio, ejemplos de 60 tuits de estudiantes y las interacciones correspondientes, escritos por usuarios de seis instituciones universitarias: Universidad Nacional de Colombia, Universidad Distrital Francisco José de Caldas, Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, Universidad de Antioquia, Universidad de los Andes y Pontificia Universidad Javeriana.

La temporalidad de los tuits recogidos va del 1 hasta el 30 de mayo de 2015. Estos fueron recolectados mediante la captura de pantalla, así como las interacciones que se desplegaban de cada uno al momento de abrirlos. Algunos tuits se tomaron mediante una *tablet*, lo cual no genera ninguna diferencia sustancial, sólo la vista de la línea de tiempo, la cual es irrelevante siempre y cuando muestren las interacciones. Para la selección de los 60 tuits de entre todos los publicados durante el mes mayo, primero se separaron por temáticas, pues algunos se tornaban repetitivos; además, se tuvo en cuenta que no fueran retuiteados. Luego se privilegiaron aquellos con un número de caracteres que permitiera el análisis. Se tomaron en promedio 10 tuits de cada una de las instituciones consideradas.

Para el análisis de los datos se realizó una ficha que incluyó identificación del instrumento (número de ficha), datos del tuitero (nombre, usuario, universidad) y tuit (texto, fecha de recolección). En las fichas y en el análisis los *tuits* se reproducen como fueron publicados, sin omitir los errores ortográficos ni otras muestras representativas que acompañan al código escrito.

A nivel general, el número promedio de palabras utilizadas en los 60 tuits recogidos es 15. Las temáticas de estos se relacionan con felicidad, educación, cultura, denuncia, ocio, motivación y ciencia. 30 de estos tuits fueron escritos por hombres y 26, por mujeres. De los 4 restantes no puede conocerse a ciencia cierta esta información, pues están atribuidos a las instituciones. Sobre estas bases, desde el sistema Tema-Rema propuesto por la Lingüística Sistemática Funcional se ha examinado, en otro momento de la investigación, cómo se organiza la información en estos textos, mediante el uso de sustantivos, verbos, conectores⁴. En este artículo retomamos la función interpersonal del lenguaje y los recursos utilizados por los estudiantes para transmitir sus mensajes.

Antes de identificar las voces en los tuits, con los recursos del sistema de Compromiso,

⁴ En la primera etapa de sistematización de la información de los tuits (2014) se contó con el apoyo de Nicole Arias Neira del Semillero Sefirot. En coherencia, la estudiante del programa Tecnología en Asistencia Gerencial presentó algunos resultados relacionados con el tuit y los tuiteros de las universidades en el XVIII Encuentro Nacional y XII Encuentro Internacional de Semilleros de Investigación -Redcolsi, celebrado entre el 8 y 11 de octubre 2015 en la ciudad de Cali (Valle).

es necesario aclarar que este es un discurso mediado por computador y para su análisis es necesario atender a la situación en que se da el proceso de enunciación y la finalidad comunicativa de los hablantes. Como otros discursos digitales, Twitter funciona en un continuum delimitado por la inmediatez

y la distancia comunicativa, en función de parámetros contextuales como el conocimiento mutuo y compartido entre los interlocutores. Dichos parámetros permiten definir, por ejemplo, manifestaciones del lenguaje coloquial en los caracteres del tuit que se relacionan con el grado de intimidad entre los usuarios, el grado de participación emocional en el acto comunicativo y, en este caso, la pertenencia a una comunidad de habla específica (Muñoz Dagua, Asqueta y Casco 2014).

En suma, nuestra muestra está representada por 60 tuits, 56 escritos por los estudiantes de las seis universidades y 4 hechos por representantes institucionales de las universidades en las redes. Estos presentan las siguientes particularidades:

1. La construcción de la red es precaria. En el corpus en general se puede evidenciar que los mensajes en algunos ámbitos son mínimos: los estudiantes no mantienen una interacción constante; no se incluyen respuestas y seguimiento a los temas. En muchos días no se utiliza la comunicación a través de twitter con las instituciones.
2. Los tuits en general no son retuiteados. Los textos responden a una situación coyuntural y en muchos de ellos predomina la imagen o la referencia a otra página, con lo cual hay poca probabilidad de obtener seguidores.
3. Mínimos enlaces a otra información. Aunque en algunas de las universidades los tuits difunden información de tipo científico, son escasos los vínculos que se señalan para interesar a los seguidores en contenidos que puedan ampliar la voz presente, en términos del tema objeto del intercambio.

4. Perfil detallado de los usuarios. Las cuentas de los estudiantes registran fotografías, mascotas, información personal e iconos y marcas que se destacan en la página.
5. En cuanto a la temática de los tuits, el tema recurrente es el estado emocional por una situación relacionada con los estudios; luego aparece la educación con la alusión a las reivindicaciones del movimiento estudiantil, en especial, en el caso de los estudiantes que pertenecen a las universidades públicas. En tercer lugar, se registran asuntos asociados a la cultura; seguidamente, el ocio ocupa los textos de los jóvenes en cuarto lugar; en quinto lugar la motivación para continuar adelante el camino del estudio, y, por último, los temas relacionados con la socialización de temas de ciencia.
6. En lo que respecta a la fuerza de los enunciados, esta está representada por la posibilidad de presentar textos que promueven activamente la diversidad de voces y reconocen las alternativas que presentan otros usuarios al invocar, reconocer o defender sus posiciones y publicarlos en 140 caracteres.

Para el presente análisis, acorde con las características del corpus, se retoman 15 fichas de las 60 que se sistematizaron en las seis universidades durante el mes de mayo de 2015. En el orden metodológico, se mantiene el número de ficha inicial y se obvia el día, la hora y el nombre específico de la institución, así como las imágenes que acompañan a los enunciados.

Ahora bien, ubicados en el sistema de Compromiso de la Teoría de la Valoración dentro de la heteroglosia se distinguen dos tipos de recursos: extravocalización e intravocalización. Los primeros introducen en el texto fuentes de voces externas y corresponden a lo que se conoce como discurso reproducido, citado o reportado. En el tuit este tipo de mecanismo de cita de otras voces se realiza constantemente con la introducción de páginas que llevan al tema objeto y lo amplían.

(1) “En sus exigencias los estudiantes no solo exigen derechos para su gremio, también vienen exigiendo... <http://fb.me/6G6f5unix>. (Ficha 51)

Los recursos de intravocalización, por su parte, corresponden a la voz interna del autor o del hablante, quien asume la responsabilidad por los enunciados emitidos. Al destacar la voz del autor sobre la cantidad posible de voces, estos recursos vuelven al texto dialógico en el sentido bajtiniano. Esta interacción entre tuiteros ejemplifica la intravocalización: el uso de la segunda persona *tú* para que responda una pregunta que comienza con un saludo formal *Buenos Días* y una fórmula de agradecimiento que señala explícitamente el ánimo de generar una rápida respuesta y una conversación más confidencial, en medio de la red:

(2) Buenos Días, tu me puedes indicar por qué están en paro la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca? gracias! (Ficha 52)

De la respuesta, que aparece 10 segundos después, se deduce que el tuitero es estudiante de la Universidad referenciada y participa del paro, por el deseo que manifiesta con el verbo *Queremos* y la alusión a *nuestra U*:

(3) Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca está en ASAMBLEA PERMANENTE porque Queremos nuestra U pública y de calidad. (Ficha 53)

El texto (4) presenta características parecidas al ejemplo (2): la fórmula de cortesía, la manifestación de la inquietud y el llamado es hacia un usuario institucional. En este caso no se obtiene la reacción que se espera conseguir, pues no aparece la respuesta.

(4) Buenas noches, fui aceptado en la #UdeA y tengo una inquietud ¿Todos los papeles requeridos cuando se deben entregar? @UdeA, gracias. (Ficha 54)

De acuerdo con White (2005), los valores de intravocalización incluyen opciones como la Probabilidad, la Apariencia y el Rumor o Habladuría. En el caso de la Probabilidad, esto se manifiesta con expresiones como *creo, quizás, es probable que, tal vez, probablemente*, que son muy usadas en los tuits, especialmente en aquellos que tienen una temática de denuncia o que invitan a la reflexión sobre los problemas que deben afrontar las universidades públicas. En el siguiente ejemplo, un estudiante responde a un discurso político en el que encuentra el peligro de no encontrar solución al transporte urbano de la ciudad de Bogotá. Como se puede apreciar, el enunciado hace referencia a la posibilidad de incumplir con los planes trazados para la construcción del metro anunciado.

(5) Talvez, como siempre, usted quiere opacar el metro, para darle mas vida al “súper innovador” transmilenio (Ficha 59)

En cuanto a la Apariencia, es un recurso que hace dialógico el texto, destacando la voz del autor. Aquí se encuentran opciones del tipo *me parece que, aparentemente, es claro que*, entre otras. Los ejemplos (6) y (7) permiten encontrar esos mecanismos mediante los cuales se resalta la voz del autor.

(6) Es claro... hermosas casas que son claustros universitarios #Bogotá @ Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca... <http://instagram.com/p/xZnDmFnOR4/> (Ficha 31)

(7) Es normal que el primer día le dejen a uno 7 tareas para dentro de dos días?? #UniColMayor Arruinan mis planes de martes! (Ficha 25)

En el ejemplo 6 se introduce un recurso que incita a la reflexión, pero desde la confrontación de lo que se puede apreciar, lo cual se refuerza en el ejemplo con un enlace a imágenes. Por su parte, en (7) aparece una confrontación con el sistema universitario de colocar *tareas* con el recurso inicial (*Es normal*) el cual es una denuncia que incita a un grado de complicidad con los seguidores.

Por su parte, el recurso del Rumor o Habladuría permite introducir en el texto opiniones de otros con la voz del autor. Pero allí no se especifica directamente una persona responsable del enunciado. El Rumor se expresa en opciones como *supuestamente, dizque, dicen que, según se dice, escuché que* y otras formas que introducen en el discurso lo que han dicho otras personas no especificadas. El ejemplo 8 ilustra este caso con el inicio *Que digan*; aquí el tuitero no se compromete con ni señala a un individuo específico, pero defiende su universidad y posiciona su imagen.

(8) Que digan que mi U no tiene nombre en jerga común como la Javeriana o Rosario no quiere decir que sea mala. (Ficha 54)

En (9), de nuevo, con el verbo en tercera persona del plural *dicen que*, se introduce la referencia al tema del tuit; la combinación de letras mayúsculas y minúsculas resalta el mensaje, al igual que la fotografía que acompaña el texto.

(9) Foto de encabezado mirando al crepúsculo DESDE LA #UCMC. Dicen que las loquitas no sabemos querer LO HACEMOS Y MUY BIEN! AMO ESTA FRIA CIUDAD. (Ficha 28)

White (2004) señala un importante parámetro que hace variar el grado del Compromiso heteroglósico. Se trata de la distinción entre dos tipos de recursos: los de expansión dialógica (aquellos que validan y le dan apertura a otras alternativas) y los de contracción dialógica (aquellos que confrontan y cierran el diálogo a otras alternativas).

Los recursos de expansión dialógica ubican a la voz textual en una posición de apertura hacia otras voces y posturas alternativas, señalándolas como posibles, probables o autorizadas. Su función es ampliar el potencial del texto para construir la diversidad heteroglósica. White divide estos recursos de expansión dialógica en Consideración y Atribución. La Consideración se relaciona con las formulaciones que evocan alternativas dialógicas, mientras que la Atribución involucra las voces de otros.

En este último recurso se distingue entre el simple Reconocimiento del discurso atribuido (construcciones que simplemente admiten o reportan las palabras y puntos de vista de voces externas y que se enmarcan en verbos de habla “neutros”, como *decir* o *preguntar*) y el Distanciamiento (fórmulas de atribución que están enmarcadas por cierto tipo de verbos de reporte, tales como *alegar* o *aducir*, o por ciertas construcciones con las cuales la voz textual se distancia de la proposición referida). Un ejemplo de este recurso, en el que el autor atribuye un discurso a otros, lo tenemos en (10):

(10) La mayoría piensa que somos inútiles o no????? (Ficha 27)

Por otro lado, los recursos de contracción dialógica (de Refutación y Proclamación) operan para rechazar, confrontar o contradecir otras alternativas reales o potenciales. Su función es limitar la cantidad de posibilidades para interactuar con dicha diversidad. El parámetro de variaciones actúa como un continuo que funciona dentro de los distintos subsistemas del Compromiso. Los recursos de Refutación implican el rechazo directo a una posición o la contradicción de la posición dialógica opuesta. Esta categoría se subdivide, a su vez, en Negación, que actúa para invocar o activar la alternativa positiva, y Contraexpectativa, que incluye todas las variedades de concesivas y adversativas. (11) y (12) son un ejemplo claro de este juego de voces, que resulta irónico en el contexto colombiano: un estudiante resalta con orgullo las instalaciones de la nueva sede de su universidad y un seguidor, inmediatamente, le responde empleando la interjección *Ajá*, que denota sorpresa, y luego un llamado de atención, donde se presenta un caso de falta de ortografía (*haber* por *a ver*). Luego aparece la refutación con una alusión pintoresca a un programa televisivo de arte y manualidades para niños:

(11) Que #Orgullo ver la nueva Sede Macarena A, de mi amada #AlmaMater #Viva la #UniversidadDistrital #UD youtu.be/kea6F-07IBQ (Ficha 52)

(12) Ajá.. haber... los capítulos de Art Attack sirvieron de algo, #UniversidadDistrital (Ficha 53)

Los recursos de Proclamación se utilizan cuando la voz textual desea señalar lo fuertemente involucrada que está con el punto de vista que emite. Esta alta inversión personal del emisor incrementa en el receptor el “riesgo” interpersonal de sostener una postura opuesta. Esta categoría se subdivide en los recursos de Coincidencia, Pronunciamento y Respaldo. A través de los valores de Coincidencia, los hablantes o autores representan la proposición o propuesta como dada e irrefutable, ya que coincide con lo que se conoce o cree generalmente, como se observa en (13) en donde la expresión *sin duda alguna* no da margen a pensar lo contrario de lo que aparece escrito:

(13) Después de mi casa el mejor lugar donde me puedo sentir sin duda alguna es la Javeriana #AmoLaPUJ #OrgullosamenyeJaveriano @UniJaveriano (Ficha 30)

Con el Pronunciamento, los escritores se introducen de manera directa en el texto como fuente explícitamente responsable del enunciado. Este pronunciamento puede tomar, por ejemplo, la forma de una interpolación o intervención explícita del hablante, como en el ejemplo 14:

(14) No es por presumir nada, pero la @UdeA acaba de aceptarme por segunda vez a un programa de pregrado, eso es #LafelicidáPura #UdeA. =) (Ficha 12)

El Respaldo es un recurso que representa el apoyo del hablante o autor a la veracidad o validez del enunciado atribuido. En (15) el estudiante asume directamente el apoyo a la afirmación mediante el uso de la forma verbal *estuve aquel día*, que aparece modificada por un comentario intensificador adjunto: *testigo d la mas grande apuesta*, el cual le da validez al significado atribuido.

(15) Hoy se cumple 1 año del Nacimiento d la @manecolombia, estuve aquel #FDS en la #UniDistrital testigo d la mas grande apuesta d ls Estudiantes (Ficha 59)

En este contexto, a la luz del sistema de Compromiso, en los textos del tuit, la voz textual autoral se construye en una postura de simpatía con los seguidores. El estudiante escribe para expresar felicidad, desconcierto, inquietud, denuncia, pero también aprovecha el medio para acercarse a su comunidad académica y ello hace que su voz se convierta en su imagen. Las temáticas que abordan ellos en estas redes sociales les permiten asumir posturas ante el concierto de voces de su comunidad y mantener un grado de contacto con la institución.

Asimismo, la noción de heteroglosia cobra especial interés en nuestro estudio por cuanto señala las formas en que los enunciados del tuit incluyen otras voces o posturas alternativas y nos dan indicios para reflexionar sobre estos rasgos en la red. Por un lado, con los recursos de extravocalización, los tuiteros introducen fuentes externas en los textos, mientras que con los recursos de intravocalización los estudiantes asumen la responsabilidad de sus enunciados. El análisis muestra que el uso de unos y otros mecanismos es recurrente para conseguir llegar al diálogo con el potencial seguidor.

4. Para concluir

Definitivamente, el uso de Twitter ha cobrado tanto interés en el mundo que para nadie es un secreto que su uso está involucrado de una u otra forma en la incitación y organización de movimientos sociales y protestas; en el seguimiento de eventos políticos, en el aviso de los desastres naturales; en la referencia a asuntos de opinión; en la información sobre los incidentes humanos, en fin, en la comunicación acerca de los temas trascendentales en la vida de los pueblos.

En el ámbito educativo, se han publicado algunos trabajos sobre el uso de Twitter y su beneficio en la enseñanza de idiomas, principalmente, en inglés (Borau, Ullrich, Feng y Shen 2009). En este sentido, consideramos que existe una gran responsabilidad por parte de quienes trabajamos en los usos funcionales de la lengua en la consideración de la potencialidad de este tipo textual con la fuerza e intensidad que lleva en su voz.

Con este análisis quedan planteados los recursos dialógicos que se hacen evidentes en la construcción del tuit y su relevancia para incluirlos como parte de los talleres de la alternativa didáctica que conforman uno de los objetivos finales del

proyecto. Es necesario subrayar en el marco de la Lingüística Sistémica Funcional y, específicamente, con los estudios complementarios de la Función Interpersonal hechos por la Teoría de la Valoración, la responsabilidad respecto del uso de la lengua en el tuit. La lengua expresa las interacciones entre hablantes, los roles que se asumen, se imponen o se adjudican a los demás y las actitudes, sentimientos, deseos, juicios y creencias. En ese sentido, el reto que se impone al docente es volver sobre los contextos de situación que se ponen en juego en las redes: quién habla, para quién, en qué entorno, con qué objetivo, para decidir qué y cómo decir.

Por supuesto, los recursos de intravocalización como la Probabilidad, la Apariencia y el Rumor o Habladuría son significativos en el tuit, en cuanto incluyen la proyección de las proposiciones o propuestas que están en juego en los 140 caracteres del tuit. La presencia recurrente de este tipo de recursos en el corpus es esencial, en cuanto ofrece indicios de cómo se puede trabajar desde el aula el uso de modalizadores, por ejemplo, para minimizar la responsabilidad que puede acarrear la construcción de enunciados en este tipo textual.

En cuanto a la Probabilidad, encontramos muchas expresiones que incluyen formas como *creo, supongo que, es probable que*. La Apariencia es un recurso que hace dialógico el texto, destacando la voz del autor, con expresiones como: *me parece que, en apariencia, es claro que, parece obvio que, la evidencia sugiere que*. Por su parte, el Rumor o Habladuría es un recurso que se evidencia en opciones del tipo *supuestamente, según se dice, escuché que, se cree que*, y diversas formas que introducen en el discurso lo que han dicho otras personas no identificadas. Con este mecanismo el tuitero valida sus opiniones, con el objetivo de mantener el contacto con su audiencia y, de alguna manera, equilibrar las opciones de participación en la construcción del diálogo.

No obstante, es necesario trabajar más a fondo estos recursos para incluir en la propuesta didáctica que se proyecta al final de la investigación unas recomendaciones que coadyuven a generar, con el trabajo sobre las opciones lingüísticas, un espacio de diálogo que lleven a intercambios que favorezcan el uso de la lengua en la red con fines específicos.

Bibliografía

Bajtin, M. (2005). *Estética de la creación verbal*. Buenos Aires: Siglo XXI.

Borau, K., Ullrich, C., Feng, J. y Shen, R. (2009). Microblogging for language learning: Using twitter to train communicative and cultural competence. Disponible en: http://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-642-03426-8_10

Halliday, M.A. (1994). *An introduction to Functional Grammar*, London: Edward Arnold Publisher.

Hood, S. y Jim R.M. (2005). Invocación de actitudes: el juego de la gradación de la valoración en el discurso. *Revista signos* 58 (38): 195-220.

Huberman, B., Romero, D. y Wu, F. (2009). Social networks that matter: Twitter under the microscope, *First Monday*, Disponible en: <http://firstmonday.org/article/view/2317/2063>

Martin, J. R. (2000). Beyond exchange: Appraisal systems in English. En: Hunston, S. & Thompson, G. (Eds.) *Evaluation in text: Authorial stance and the construction of discourse*. (pp. 142-175). Oxford: Oxford University Press.

Muñoz Dagua, C., Asqueta, C. y Casco, M. (2014). *Apuntes para una neogramática*, Bogotá: UCMC.

Muñoz Dagua, C. y Andrade, M.C. (2015). Mira quién habla: textos e hipertextos en el contexto de la Red. En: *VIII Dies Romanicus Turicensis. Entre estructura y metáfora*. 11 a 13 de Junio de 2015. Universidad de Zúrich (Suiza).

Orihuela, J.L. (2011). *Mundo Twitter*, Barcelona: Alienta.

Spaniol, M., Li, Q. Klamma, R. Lau, R.W.H. (eds.). (2009). *Advances in Web Based Learning - ICWL 2009. Proceedings of the 8th International Conference on Web-based Learning (ICWL 2009)*, Heidelberg: Springer.

White, P. (2004). *The Appraisal website: The language of attitude, arguability and interpersonal positioning*. Disponible en: <http://www.grammatics.com/appraisal/index.html>

White, Peter (2005). *An Introductory Course in Appraisal Analysis* .<http://www.grammatics.com/appraisal/AppraisalGuide/UnFramed/IndexOfUnFramedGuide.html>. (Mayo, 2014).