

Reseña. *Metadiscourse in Digital Communication. New Research, Approaches and Methodologies.* D'Angelo, L., Mauranen, A., & Maci, S. (Eds.). Palgrave MacMillan, 2021, 158 páginas.

El metadiscurso representa la manera en que los escritores organizan sus textos para ayudar a los lectores a comprender y evaluar la información que están entregando (Ädel & Mauranen, 2010; Hyland, 2005). Teóricamente, se reconocen dos grandes líneas de estudio: por una parte, una aproximación amplia, en la que el metadiscurso busca conceptualizar las interacciones entre los productores de textos y sus textos y entre los productores de textos y sus usuarios (Hyland, 2005). Por otra, una aproximación estrecha, en la que el metadiscurso se comprende desde una forma reflexiva, es decir, las expresiones lingüísticas empleadas para referirse al discurso en desarrollo. Independiente del enfoque adoptado, las investigaciones en este campo se han centrado, principalmente, en la escritura académica, con el fin de determinar diferencias entre géneros o disciplinas (Hyland, Wang & Jiang, 2022). En este sentido, el libro *Metadiscourse in Digital Communication. New Research, Approaches and Methodologies* editado por Angelo, Mauranen y Maci viene a ocupar un lugar destacado dentro de los estudios del área al estudiar el metadiscurso en géneros discursivos digitales en inglés. Dada su naturaleza, el libro está dirigido a especialistas que manejan los conceptos esenciales de este campo investigativo.

La obra se estructura en siete capítulos. El primero de ellos, a cargo de Larissa D'Angelo y Stefania Maci, ambas investigadoras de la Universidad de Bérgamo (Italia) junto con presentar los aspectos principales de los artículos posteriores, entrega un resumen de las investigaciones pasadas y futuras sobre el metadiscurso, poniendo especial énfasis en las nuevas áreas de trabajo. Las autoras señalan que, hasta la década de 1990, la mayor parte de las pesquisas se orientaban hacia géneros académicos escritos y monológicos. A contar de la década siguiente, empezaron a surgir nuevas voces que volcaron sus intereses hacia nuevas metodologías como el análisis de corpus y el análisis de elementos visuales, combinando metodologías cualitativas y cuantitativas. En este sentido, un conjunto de investigadores se concentró en estudiar blogs académicos, lo que permitió un cambio significativo, puesto que la atención también se empezó a centrar en el rol que cumple lo digital en el proceso comunicativo. En concreto, cómo las prácticas se ajustan a los géneros discursivos que han surgido en la comunicación digital.

El segundo capítulo, escrito por Anna Mauranen de la Universidad de Helsinki (Finlandia), trabaja con el análisis de los hilos de comentarios digitales de un blog académico a través de la comparación de sus características con el diálogo hablado y monológico propio de los contextos académicos. La autora se posiciona desde la noción de metadiscurso en tanto reflexividad discursiva, es decir, discurso acerca del discurso. El resultado principal se orienta a que el discurso dialógico es diametralmente opuesto al discurso monológico en el empleo del metadiscurso. Mauranen señala que tales distancias se explican por la simetría comunicativa: mientras el diálogo es simétrico por naturaleza (cada participante hace contribuciones), el monólogo es asimétrico (un hablante es la fuente activa de la comunicación mientras todos los demás cumplen el rol de receptores). Desde esta perspectiva, el metadiscurso se constituye como un importante diseñador de receptores.

El tercer capítulo, a cargo de Annelie Ädel, de la Universidad de Dalarna (Suecia), busca realizar una contribución al desarrollo de la teoría del metadiscurso y a la comprensión del rol del mismo metadiscurso en la comunicación digital. Al igual que el capítulo anterior, la autora se posiciona desde la noción reflexiva; es decir, el metadiscurso se refiere a las expresiones lingüísticas reflexivas que apuntan al propio discurso en desarrollo o a su forma lingüística. Los componentes del metadiscurso incluyen el propio discurso (función metalingüística), el escritor-hablante (función expresiva) y el público real o imaginario (función directiva).

Considerando que el análisis del discurso no puede centrarse solo en los textos escritos ni en los escritores y lectores, la autora centra sus esfuerzos en describir el funcionamiento del metadiscurso en *Vlogs (video blogs)*. Para ella, es importante destacar que existirían recursos semióticos (señales paralingüísticas y visuales) que estarían al servicio del metadiscurso. En este sentido, uno de los resultados más importantes se vincula con la especificación del término intertextualidad sincrónica para referirse a la manera en que el intertexto funciona mientras un *vlogger* interactúa con él. Al finalizar, la autora critica la posición acerca del metadiscurso de Hyland (2005) por considerarla restrictiva al momento de analizar estos discursos; dicha postura, vinculada con el análisis de discursos escritos formales (académicos en la mayoría de los casos), asume que los textos sirven a una función interpersonal. A partir de lo anterior, se entiende el hecho de que gran parte de la investigación sobre el metadiscurso se haya centrado en revelar los rastros o indicaciones de interacción y orientación al lector en la escritura académica formal. Adel aboga, por lo tanto, por un cambio de paradigma en los estudios sobre el metadiscurso y defiende la necesidad de que los estudios en el área se focalicen, también, en el estudio de otros recursos semióticos.

Donatella Malavasi, de la Universidad de Estudios de Modena y Reggio Emilia (Italia), presenta en el cuarto capítulo un estudio comparativo de las estrategias metadiscursivas en dos géneros: artículos de investigación y entradas de blogs de Paul Krugman, Premio Nobel de Economía. En su trabajo, la autora emplea el modelo interpersonal de Hyland (2005). A partir de un enfoque basado en corpus, Malavasi identificó grupos de entre dos y cuatro palabras que pudieran ser considerados como metadiscurso. Los resultados demuestran que, por un lado, en los artículos de investigación se emplea una gran cantidad de expresiones interactivas; en otras palabras, aquellas que se vinculan con la conciencia del escritor acerca de la participación de la audiencia y, asimismo, las formas que busca para acomodar el conocimiento a la audiencia (por ejemplo, marcadores discursivos). Para la investigadora, lo anterior enfatiza la idea de que el autor del discurso quiere asegurarse de que el lector comprenda lo que quiere decir y, para ello, establece marcas explícitas sobre la organización discursiva que guían la lectura. Por otro lado, en las entradas de blogs, se encuentra una gran preponderancia y variedad de construcciones que sirven a la función interaccional del discurso, es decir, aquellas que se refieren a las maneras en las que el escritor da a conocer sus puntos de vista (por ejemplo, atenuadores o intensificadores). De esta manera, se reflejaría la intención de Krugman de facilitar la conexión con la audiencia.

En el quinto capítulo, Carmen Sancho-Guinda, de la Universidad Politécnica de Madrid (España), investiga sobre la función de dirigirse a la audiencia que tiene el metadiscurso en géneros de difusión y divulgación científica en línea. En particular, se centra en el género discursivo denominado resumen visual, el que es cada vez más solicitado por las revistas de alto impacto y que se caracteriza por ser una combinación de resumen, promoción y entretenimiento de artículos de investigación. La autora adopta un enfoque teórico-analítico variado en que se conjugan elementos de la teoría conceptual de la metáfora, la semiótica social, la investigación narrativa y el metadiscurso de Hyland. Los principales resultados muestran que en la escritura académica el metadiscurso se representa solo por el material verbal, existe predominancia de metadiscurso interactivo (por lo que la responsabilidad recae en el escritor) y se presentan elementos visuales metadiscursivos siempre con ayudas verbales. Asimismo, en el resumen visual, el metadiscurso se concibe desde la complejidad; vale decir, las estrategias metadiscursivas no se encuentran tan solo en el nivel verbal. En esta línea, tiene una mayor presencia de elementos visuales cuya función es interaccional, por lo que se incrementa la responsabilidad del receptor en el proceso de comunicación.

El sexto capítulo, escrito por Nihada Delibegović Džanić y Sanja Berberović de la Universidad de Tuzla (Bosnia y Herzegovina), tiene por objetivo demostrar que la teoría de la integración conceptual (*conceptual blending*) contiene los elementos necesarios para explicar la construcción del significado de los anuncios publicitarios que se presentan en un formato de texto e imagen. Esta teoría es un proceso que proporciona una visión global, una comprensión a escala humana y un nuevo significado de un determinado discurso. La integración se entiende como una operación cognitiva básica que trabaja sobre una red de conceptos que comprende espacios mentales y las relaciones entre ellos. En la investigación, el análisis se lleva a cabo tomando en cuenta el metadiscurso visual, tal como propone Kumpf (2000), quien indica que la influencia del autor de un texto no se evidencia, únicamente, en el empleo de ciertos recursos gramaticales o léxicos, sino que aspectos visuales como el color o la tipografía también manifiestan señales de autoría. Los resultados indican que los elementos visuales y textuales de los anuncios publicitarios forman unidades inseparables que construyen una relación entre la empresa y la audiencia a la que se dirigen. Desde el punto de vista del metadiscurso visual, las categorías más productivas y frecuentes fueron la primera impresión (la manera en que se recibe el texto antes de ser leído), división (disposición visual de la información) e interpretación (referido al uso de tablas o figuras que permite presentar información en otro formato).

El séptimo y último capítulo del libro, a cargo de Ylva Biri de la Universidad de Helsinki (Finlandia), considera que a pesar de que la mayor parte de las investigaciones sobre el metadiscurso se centren en el análisis de textos académicos o profesionales, esto no quiere decir que el metadiscurso no exista en otros contextos discursivos. De esta manera, con el fin de expandir el marco conceptual del metadiscurso a géneros dialógicos digitales, el trabajo de Biri busca tanto describir el uso del metadiscurso en discursos propios de las redes sociales como proponer un marco analítico para estudiar el metadiscurso en dichos contextos digitales. Desde el punto de vista teórico, el trabajo descansa en dos grandes líneas: las redes sociales y sus posibilidades tecnológicas y el metadiscurso reflexivo. En cuanto al primer aspecto, la autora reconoce que las posibilidades tecnológicas de una red social permiten y restringen las acciones de los usuarios, como, por ejemplo, la capacidad de compartir contenido, de comunicarse directamente con otros usuarios o de emplear un número determinado de palabras. Así, dado que las redes sociales han sido diseñadas para socializar, sus posibilidades intensifican la interacción entre sus usuarios. Con respecto a la segunda línea, la autora adscribe a la aproximación del metadiscurso reflexivo, en el que se restringe su concepción solo al discurso metalingüístico referido a los participantes implicados y a los elementos textuales del discurso en desarrollo. La investigación compara las plataformas de redes sociales *Twitter*, *Tumblr* y *Reddit* en la medida en que se busca estudiar el metadiscurso en entornos dialógicos. Los resultados muestran que en las redes sociales estudiadas el metadiscurso reflexivo se emplea para involucrar a otros usuarios en la interacción y para organizar el discurso dialógico. Mientras el discurso personal (automenciones o menciones a la audiencia) se usa, generalmente, para agradecer o solicitar información, el metadiscurso impersonal (referencias a segmentos anteriores o posteriores dentro del discurso) se emplea para organizar y gestionar los mensajes de los diferentes usuarios.

En suma, el texto reseñado constituye un interesante aporte a los estudios del metadiscurso. Cada uno de los capítulos se encuentra claramente articulado y sustentado teórica y metodológicamente. A pesar de que requiere algunos conocimientos de base previos sobre la noción del metadiscurso, está escrito en un lenguaje sencillo de entender. Sin duda, a pesar de que las contribuciones de este libro son múltiples, nos gustaría enfatizar dos de ellas. Por un lado, su carácter innovador, al proponer una serie de investigaciones de alto nivel en el que se demuestra que los discursos digitales pueden ser abordados desde tradiciones que han operado,

principalmente, a partir del análisis de textos formales y académicos. Tal proposición se constituye en un aliciente para la discusión disciplinar en la medida en que se asume el desafío de considerar dicho tipo de discurso según su propia esencia; es decir, no hay una mirada que busca forzar las categorías propuestas para los discursos formales, sino que valida las características inherentes de los textos digitales. En este sentido, las investigaciones presentadas motivan el desarrollo de estudios sobre el metadiscurso en la comunicación digital en otras lenguas, como el español. Por otro lado, se debe destacar su carácter crítico en la medida en que los trabajos responden a las diferentes aproximaciones teóricas del metadiscurso. Si bien la mayoría de ellos responde a la concepción del metadiscurso reflexivo, hay espacio para las otras miradas, lo que realza su espíritu integrador, a pesar de los diferentes enfoques de partida. De esta manera, las dos características resaltadas, además de otras que el lector puede corroborar, hacen a este libro una obra de referencia para los estudios del metadiscurso en la actualidad.

Referencias

- Ädel, A., & Mauranen, A. (2010). Metadiscourse: Diverse and Divided Perspectives. *Nordic Journal of English Studies*, 9(2), 1–11.
<https://doi.org/10.35360/njes.215>
- Hyland, K. (2005). *Metadiscourse: Exploring Interaction in Writing*. Continuum International Publishing Group
- Hyland, K., Wang, W., & Jiang, F. K. (2022). Metadiscourse across languages and genres: An overview. *Lingua*, 264, 1-20.
<https://doi.org/10.1016/j.lingua.2021.103205>
- Kumpf, E. (2000). Visual metadiscourse: Designing the considerate text. *Technical Communication Quarterly*, 9(4), 401-424.

Reseñado por
Patricio Moya Muñoz
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0035-6683>
Correo: patricio.moya@usach.cl
Profesor Asociado
Universidad de Santiago, Chile