

PARTICULARIDADES SINTÁCTICAS DEL LENGUAJE DE LOS JÓVENES ESPAÑOLES Y RUMANOS EN LAS REDES SOCIALES

CARMEN-VALENTINA CANDALE*

ABSTRACT. *Syntactic Features of the Language of Romanian and Spanish Young People in Social Media.* The technological evolution from Web 1.0 to Web 2.0 has generated new ways of communicating over the Internet that allow the user to create varied content and therefore promote the use of a language which corresponds firstly to its subjectivity and only secondly to the rules of the language and principles of organizing the discourse of the standard language. The aim of this study is to comparatively analyse the syntactic features specific to this type of language, within the social group of young Spanish and young Romanians, using for this a corpus consisting of language samples collected from four of the most used social media platforms: Facebook, Instagram, Twitter and Tinder. Therefore, some of the most relevant features identified are: the pragmatic order of the utterance's units, the tendency to use the coordination and the creative connection of the utterances, the presence of unorganized constructions around a verb in personal form, the inseration of graphic elements and links into text and the use of exclamations and interrogations.

Keywords: *Web 2.0, social media, youth language, Sociolinguistics, pragmatic order, dislocations, orality, syntax.*

REZUMAT. *Particularități sintactice ale limbajului tinerilor români și spanioli în mediul rețelelor sociale.* Evoluția tehnologică de la Web 1.0 la Web 2.0 a generat apariția de noi modalități de comunicare pe internet, care îi permit utilizatorului crearea de conținut variat și favorizează astfel utilizarea unui limbaj care corespunde, în primul rând, subiectivității acestuia și doar, în mod secundar, normelor limbii și principiilor de organizare a discursului proprii limbii standard. Scopul acestui studiu este acela de a analiza comparativ trăsăturile sintactice specifice acestui tip de limbaj, în cadrul grupului social al tinerilor spanioli și în cel al tinerilor români, utilizând, pentru aceasta, un corpus alcătuit din mostre de limbaj colectate de pe patru dintre cele mai utilizate platforme sociale actuale: Facebook, Instagram, Twitter și Tinder.

* **Carmen-Valentina CANDALE** realizó sus estudios de grado y de máster en la Facultad de Letras de Cluj-Napoca, es actualmente doctoranda en la Escuela de Doctorado de "Lenguas e Identidades Culturales" de la Universidad de Bucarest, y se ha beneficiado a lo largo de su período de formación de dos estancias de estudios en España, en la Universidad de Valencia y en la Universidad de Zaragoza. E-mail: <scarmencandale@gmail.com>

Prin urmare, unele dintre cele mai relevante trăsături identificate sunt: ordinea pragmatică a unităților enunțului, propensiunea înspre utilizarea coordonării și a conexiunii creative a enunțurilor, prezența construcțiilor neorganizate în jurul unui verb la formă personală, inserarea elementelor grafice și a linkurilor în text și folosirea exclamațiilor și a interogațiilor.

Cuvinte-cheie: *Web 2.0, social media, limbajul tinerilor, sociolingvistică, ordine pragmatică, dislocații, oralitate, sintaxă.*

Introducción

El presente estudio versa sobre las particularidades sintácticas que presenta el lenguaje utilizado por los jóvenes españoles y rumanos en las redes sociales. Este tipo de discurso forma parte de la categoría de los textos escritos coloquiales y presenta la capacidad de transmitir la subjetividad del hablante a través de la elección de determinadas variantes fonológico-ortográficas, léxicas, morfológicas, sintácticas y pragmáticas, no organizadas según las normas de la lengua estándar, sino en función de la actitud que el usuario desee transmitir, de la imagen personal que este quiera crear en la red y de las costumbres lingüísticas propagadas en el ámbito virtual.

La comunicación en *social media* parece ser coloquial, “expresiva, flexible, lúdica” y “captura algunos elementos de la oralidad confiriendo dinamismo y creatividad al proceso comunicativo” (Parrilla 2008, *ap.* Mancera Rueda, Pano Alamán 2013: 24). Estos aspectos del lenguaje tienen como objetivo captar la atención de los demás internautas, puesto que todas las acciones que uno desempeña en el ámbito virtual buscan “una reacción ante un texto, vídeo o presentación que lleva a generar un intercambio constante de puntos de vista” (Mancera Rueda, Pano Alamán 2013: 24) que influya, posteriormente, en la construcción de la identidad de los hablantes. Para alcanzar dicha meta, el lenguaje en internet destaca por rasgos procedentes de la subjetividad del usuario, de su deseo de ser creativo y original, que se materializan en mensajes breves, informales, compuestos por palabras abreviadas, en el uso de una ortografía y una gramática no estándar, en el empleo del cambio de código y en la estructura sintáctica no siempre conforme con las normas establecidas (Farzindar, Inkpen 2015: 10).

La metodología

El presente estudio se propone abordar la identificación y el análisis de las particularidades sintácticas del lenguaje de los jóvenes rumanos y españoles en el ámbito de las redes sociales, en concreto, en cuatro de las más populares plataformas actuales: Facebook, Instagram, Twitter y Tinder.

Los informantes seleccionados son jóvenes rumanos y españoles, con edades de entre 17 y 31 años aproximadamente, procedentes de España y Rumanía, autores de diferentes intervenciones de Facebook, Instagram, Twitter y Tinder. Nuestro corpus alberga 300 intervenciones de jóvenes españoles y 300 intervenciones de jóvenes rumanos, recogidas de los 15 informantes que hemos seleccionado de cada una de las cuatro plataformas, para cada lengua. Las muestras consisten en fragmentos de conversaciones de grupos de Facebook, en textos que acompañan a los materiales audiovisuales o los artículos publicados por los internautas en sus perfiles personales o en los de otros usuarios (es decir, intervenciones monologales o dialogales) de Facebook, Instagram y Twitter, y en descripciones personales de Tinder.

Los resultados

La sintaxis en *social media*

Susan Herring (2012: 5) le atribuye las cualidades de *fragmentada* y *telegráfica* a la sintaxis de las redes sociales. Precisamente la peculiaridad y el carácter no estándar esta determinan a la investigadora a considerar como unidad básica de organización de los mensajes el *enunciado* y no la *oración*, definiéndolo como: “a sequence of one or more words that is preceded and followed by silence (space) or a change in communicator. Note that punctuation is not part of this definition, as it is not uncommon for utterances in CMD to lack final punctuation” (Herring, Androutsopoulos 2015: 131).

De la misma forma, resulta relevante la observación de Iorgu Iordan (1975: 20), según la cual las reglas sintácticas que rigen la ordenación de los elementos de la oración son válidas solamente en el caso de la comunicación objetiva, intelectual. La subjetiva o afectiva no se organiza en función de las normas de las gramáticas, sino más bien obedecen a los estados de ánimo del sujeto hablante, que varían o pueden variar de un momento a otro.

A continuación, queremos abordar tres temas sintácticos que cobran valencias interesantes en nuestro corpus: las relaciones sintácticas, el orden pragmático de los elementos del enunciado y las construcciones sin verbo en forma personal.

Las relaciones sintácticas

Del mismo modo que en el caso de la comunicación oral coloquial, en el ámbito *online* destaca la preferencia de los usuarios por el empleo de los recursos conectivos propios de la parataxis frente a los de la hipotaxis (Narbona Jiménez 2015), es decir, por la coordinación, especialmente por la copulativa y la adversativa.

Los enunciados suelen ser yuxtapuestos, no muy elaborados, y la sintaxis tiende a ser acumulativa, presentando una inclinación hacia el uso de las conjunciones menos precisas, como *y* o *que*, o incluso de la coma. Ana María Vígara Tauste (1980: 21), al analizar la tendencia centrífuga presente en la conversación coloquial, menciona que “Los elementos de la frase tienden a flotar separados unos de otros, ajenos a una estructura orgánica, liberados de un centro magnético que los engarce en una oración literaria”. Su observación resulta relevante también para el tipo de sintaxis que representa nuestro objeto de estudio, puesto que en las plataformas sociales también abundan los ejemplos de mensajes contruidos a base de enunciados no conectados de una manera sólida. Lo propio de esta organización sintáctica es la concatenación de secuencias de distinta extensión, cuyo enlace se realiza a través de diferentes recursos, en general de pausas (comas y puntos suspensivos),

La coordinación puede ser copulativa y consiste en la adición de los elementos oracionales a través de las conjunciones *y* o *ni*, que “expresan una relación de simple suma” (Gili Gaya 1983: 276) y que, en el caso de los textos de *social media* de los jóvenes españoles, se distinguen en las presentaciones personales de Tinder (“Busco una chica que le guste la buena conversacion y con la que poder hablar de cualquier tema y se pasen las hora y si le gusta el deporte ya perfectl jeje”), en las intervenciones iniciativas de Instagram, que se suelen añadir a las fotos publicadas (“[...] aún así te quiero y por favor mira mi frente, si quieres publicidad gratis háblame y me pegas un cartel de 30x30 metros en mi cara adiós”) o en las intervenciones de Facebook, entre amigos (“Pues nada moce que muchas felicidades y que cumplas muchos más, que ya llevas unos cuantos años dentro de "el clan de los Roda" y que esto ya paice que es para toda la live y que ya sabes que aquí tienes un cuñao que te labrará el huerto cuando lo necesites, jijiji.”).

Queda a la luz de los ejemplos el hecho de que dicha conexión de las oraciones refleja muy a menudo oralidad –más específicamente la adición progresiva de información que es propia del habla–, en el intento del hablante de evitar las construcciones subordinadas o el cierre de un enunciado y el comienzo de uno nuevo, que se correspondería con la nueva idea expresada. A nuestro juicio, la comodidad es la razón que más influye en el uso este tipo de comportamiento lingüístico, propiciada por la relajación y la informalidad propias del ámbito *online*, que determinan que el hablante transponga en los mensajes las costumbres del lenguaje oral coloquial, y no las del escrito, considerado demasiado formal para las necesidades comunicativas en causa.

No obstante, aunque el primer tipo de coordinación es el que más se da en el lenguaje de los jóvenes españoles, no faltan ni los ejemplos de coordinación adversativa, que se observa cuando “dos oraciones expresan juicios de cualidad lógica diferente, uno afirmativo y otro negativo (o viceversa)” (Gili Gaya 1983: 281). La “contrariedad de los juicios” (1983: 281) se expresa lo más a menudo a

través de la conjunción adversativa, *pero*, que se puede encontrar en valoraciones positivas transmitidas a través de *tuits* (“quizás he tardado demasiado en descubrir #ahorallorastu pero ahora no me lo saco de la cabeza! ME ENCANTA! ME ENCANTA! ♥ 🐼”), en la evocación de momentos pasados a través de la publicación de fotos personales en Instagram (“esta foto tiene dios sabe cuánto tiempo pero solo la subía para decirte que eres peor que un grano en el culo”), en los debates propios de las conversaciones de los grupos de Facebook, para contradecir las ideas de los demás participantes (“a mi el coment m la pela, pero me indigna la hipocresía”), en las descripciones personales de Tinder, como estrategia de persuasión en cuanto a las cualidades del hablante (“No soy perfecto, pero sí creo que soy buena persona y sincero”), etc.

De la misma forma, se tiene que mencionar el uso frecuente de la yuxtaposición, que supone la simple adición de los elementos del discurso (GALR I 2005: 632), para encadenar, a través de la coma, las oraciones que componen los mensajes de los jóvenes, principalmente en las descripciones personales de Tinder. Como Carolina Figueras Solanilla (2001: 8) observa, “la falta de competencia para definir correctamente la estructura sintáctica de la oración, así como la carencia de recursos sintácticos de subordinación” y, en el ámbito virtual, también la comodidad y la informalidad, determinan que el hablante emplee a menudo “la coma como elemento ilativo que le permita unir, indefinidamente, unidades sintácticas independientes, como si se tratara de elementos de una serie”. Este recurso les resulta muy útil a los internautas a la hora de sumar rasgos de su carácter o aficiones propias, cuando procuran llamar la atención sobre su perfil de Tinder: “Freak de todo, he leído los libros de HP ni sé las veces, me conozco las pelis de SW de carrerilla y puedes preguntar lo que quieras de ESDLA, lo voy a saber!. Igualmente, pueden aparecer en las valoraciones de Instagram (“Sois la caña, alma, corazón, música.”) o en algunos *tuits* (“yo te abrazo, te acaricio el pelo, te cruzo la pierna, y te toco las narices de mil formas ajajajajajaja”).

Asimismo, se pueden observar casos como el siguiente, en los que se redacta “un único enunciado, bastante largo, que el autor va segmentando mediante el recurso de las comas, lo que produce la impresión de discurso que avanza con rapidez y sin interrupción” (2001: 24), puesto que la coma también reemplaza el punto y seguido: “NO PIENSO MENTIR EN NADA DE NADA, soy un tío normal, bebo bastante y fumo más de lo mismo, soy tuerto desde los 3 años, me gusta el rap un poco de maquinetas y poco mas aunque de fiesta el reggaeton entra solo JAJA, Si me quieres conocer perfecto, de ahí en adelante juzga por ti misma, harto de gente que da corazón por darlo, busco algo serio y espero que durarero”. Los ejemplos de este tipo se corresponden a lo que Serafini (1992, *ap.* Figueras Solanilla 2001: 62) llama *estilo segmentado*, uno de sus rasgos siendo el uso de la coma “como recurso ‘conectivo’ para ir uniendo proposiciones autónomas desde el punto de vista sintáctico” (Figueras Solanilla 2001: 64).

Los momentos en los que se impone el uso de la coma o del punto y seguido, muchos internautas optan por el empleo de los puntos suspensivos como recurso de conexión, delimitando las ideas expresadas y evitando, a la vez, la necesidad de usar la mayúscula para marcar el comienzo del enunciado siguiente. Algunos de los ejemplos identificados en este sentido son: “aun dice.. si rompes pagas” (Facebook); “si mi perro tiene más modales que tu... creo que no soy de tu tipo...” (Tinder); “Solo me falta el momento en el que baja a cantar con el público.... si alguien lo tiene que me lo pase xfa.... 🙏” (Twitter).

No podemos cerrar la sección que trata del tema de la conexión de las oraciones dentro del discurso de *social media* sin mencionar los mensajes en los que se prescinde de cualquier tipo de puntuación, parecidos al flujo de los pensamientos del hablante (Farzindar, Inkpen 2015: 31; Pano Alamán 2008: 73). Hemos recogido numerosos ejemplos en este sentido en nuestro corpus, pero nos limitamos a proporcionar solamente dos: “En busca de una chica que tenga las cosas claras de todas formas podéis preguntar sin miedo jeje tengo 24 años y lo pongo aki x que pasó de pagar por poner mis datos y esas cosas jaja”; “Acabo d quedarme flipando ahora me entero q me tiene bloqueada gente q ni conozco d nada y q me importan una mierda jajaja d verdad q es d risa pues bloqueo d vuelta ale 😊”. Este tipo de comportamiento lingüístico dificulta la comprensión de los mensajes y refleja la confianza del autor en la capacidad del lector de descifrarlos, a pesar de su falta de rigurosidad a la hora de redactarlos. Se basa en el conocimiento compartido de los internautas del hecho de que en el ámbito virtual la expresión no conforme con el estándar no es sancionada por los demás participantes, sino que incluso puede ser apreciada.

A continuación, presentamos las observaciones que hemos hecho sobre las preferencias de los jóvenes rumanos a la hora de conectar las oraciones o las partes de estas. Los recursos empleados por estos son, en grandes líneas, los mismos que hemos podido identificar en el corpus de los jóvenes españoles. Sin embargo, la adición de información a través del conector copulativo *și* (o *and*, en inglés) no es tan frecuente como en el caso de las muestras de los españoles, y tampoco se abusa de su empleo. Al contrario, las situaciones registradas son escasas.

No obstante, la coordinación adversativa presenta un uso mucho más notable, tanto en los debates de los grupos de conversación de Facebook – cuando los usuarios intentan defender su posición o simplemente buscan la opinión de los demás– (“ne face sigla de pe capotă și numărul de camere din casă... trist întradevă, dar adevărat”; “Vreau să îmi recomandați un program cu care pot face imprimeuri pentru tricouri dar să fie foarte ez to use”¹), en las presentaciones personales de Tinder –que buscan, como en el caso de los

¹ Todos los microtextos del corpus de los jóvenes rumanos se han modificado según las normas ortográficas de la lengua literaria y, por lo tanto, se han insertado los signos diacríticos necesarios.

españoles, llamar la atención de las personas de sexo opuesto- (“Evit discuții despre diferența între sexe, religie, politică și fotbal, dar dacă mă provocă... pot să fac față”), pero también en valoraciones positivas o negativas difundidas a través de Twitter (“numai că era pe alt stil, dar fără voce a rămas și în sez acesta”).

En cuanto al uso de la yuxtaposición, cabe mencionar su notable frecuencia en los textos de los internautas rumanos, que optan a menudo por esta como recurso de adición, de suma de las oraciones o de partes de estas. Los ejemplos más relevantes en este sentido son los textos de Tinder, que procuran llamar la atención a través del encadenamiento de características personales: “Mereu evit monotonia, îmi plac călătoriile, se poate discuta cu mine pe orice temă, am o gândire deschisă, bun simț, ofer respect, sunt înțelegător”.

Aun así, la coma no representa el recurso conectivo más empleado por los jóvenes, puesto que frecuentemente se utiliza junto con los puntos suspensivos para entrelazar las ideas que el hablante añade a medida que avanza su discurso, como si obedeciera al flujo de sus pensamientos.

Por ejemplo, en uno de los debates de Facebook sobre los propietarios de pisos y los precios de los alquileres, uno de los participantes en la conversación reacciona de la siguiente forma: “Meargă în morgă la lucru... Din acest motiv îi țara unde îi, pt că toată lumea vrea avere, lucru mai puțin... studenții au o grămadă de cheltuieli oricum, îs tineri, ar mai ieși și ei la o bere din când în când, cursuri multe, nu toți pot să aibă job pe lângă facultate... și vin jegurile astea ordinare să îmi bage mie prețuri de Austria, că vezi doamne ce dezvoltat îi Cluju”. En el texto de este participante, se puede observar el uso alternativo de comas y de puntos suspensivos como marcas de oralidad que encadenan las diferentes ideas que le vienen a la cabeza al hablante de manera progresiva, reemplazando, a la vez, el punto y seguido, y evitando la necesidad de emplear la mayúscula. Podemos suponer que, en este caso, los puntos suspensivos marcan el comienzo de las partes principales de su discurso (crítica de los propietarios; argumentación de su posición a través del ejemplo de los estudiantes; la conclusión, que es la baja moralidad de los propietarios y la valoración exagerada de la ciudad), mientras que las comas enlazan las partes componentes de estas tres ideas principales, es decir, los argumentos en los que se basa su postura.

Los ejemplos de este tipo son muy frecuentes en el corpus de los rumanos y, pues, el *estilo segmentado* explicado y ejemplificado anteriormente, al analizar las muestras de los jóvenes españoles, queda ilustrado también a través de las muestras de los rumanos, aunque en este caso particular consideramos que incluye también las situaciones marcadas por el uso de los puntos suspensivos como recurso ilativo.

Queremos concluir esta sección, tal como hemos hecho en el caso del corpus para el español, con la mención de las muestras en las que los internautas prescinden completamente o en gran parte de los signos de puntuación, componiendo construcciones sintácticas no estructuradas normativamente,

ambiguas, que obedecen al flujo de los pensamientos del autor. Los ejemplos más abundantes que hemos encontrado pertenecen a los grupos de conversación de Facebook, y uno de estos es: “Poate și eu vreau să "muncesc din greu" nu stau nici prin baruri la țigară și etc dar în momentul în care plătesc 300 euro chiria de unde bani să strâng să îmi pot achiziționa un apartament?”.

En conclusión, los dos grupos de jóvenes presentan la misma propensión hacia el empleo de los recursos de coordinación para conectar oraciones o partes de esas, hacia la yuxtaposición e incluso hacia la sustitución de algunos signos por otros, por el deseo de conferirle oralidad o expresividad a la producción. Igualmente, las dos comunidades manifiestan producciones que prescinden del uso de los signos de puntuación, considerando no necesaria la estructuración sintáctica de los enunciados para la comprensión del mensaje por parte del lector.

El orden pragmático de los elementos del enunciado

Ha sido subrayada en varias ocasiones la tendencia de la lengua hablada a mostrar una preferencia hacia el uso de “diversos órdenes de constituyentes como modos de estructuración en los enunciados o falta de organización de los elementos en torno al eje de la predicación” (Gaviño Rodríguez 2008: 97), frente al orden que se considera no marcado en español [y en rumano], no expresivo o lógico, es decir el orden que se basa en la secuencia Sujeto + Predicado (verbo + objeto directo + objeto indirecto + complementos circunstanciales) (Vigara Tauste 2005: 6). “La alteración de este orden no marcado (...) produce un enunciado expresivo, es decir (de orden) subjetivamente marcado, enfático, envolvente” (2005: 75). “El hablante tiende espontáneamente a estructurar su mensaje siguiendo los impulsos de su pensamiento, sin reflexionar acerca de la lógica o de la corrección de su expresión. De este modo, la afectividad se comporta como un auténtico (y fundamental) principio organizador de la sintaxis coloquial, manifestándose en la ‘expresividad sintáctica’” (2005: 69).

La alteración de la estructura sintáctica estándar en la comunicación del ámbito virtual no se ajusta completamente a las estrategias utilizadas en el habla para el mismo fin, puesto que en las plataformas estudiadas por nosotros la necesidad de dar una respuesta al instante no es tan urgente. La subjetividad del hablante se refleja no solamente a través de los métodos sintácticos tradicionales, sino también mediante los nuevos recursos que el ámbito virtual le aporta al usuario para organizar las oraciones, como son los hipervínculos, los elementos gráficos, las fotos, etc.

Podemos hablar de formas de significante y significado diferentes de las experimentadas en otros medios de comunicación, que se asocian entre sí con construcciones gramaticales de diverso tipo. En otras palabras, se trata de la asociación de enunciados con estructuras lingüísticas que no siempre se ajustan a la oración, como ocurre en el siguiente ejemplo de Twitter, parecido a muchos

otros que forman parte de nuestra base de datos: “Felices los 4, con mi amigo @maluma 🤔🤔 #maluma #FelicesLos4 #Musica #pop #latino #España #smule #singer #song #cover #top #boy #Colombia 🌎🤔”. La intervención presenta una alternancia entre el texto y el hipertexto, puesto que los hipervínculos, en forma de *tag* y *hashtag*, enfatizan los elementos del enunciado considerados como más importantes, en este caso tratándose del nombre del cantante que le gusta, de el de la canción que canta junto a ese en la grabación, de su ubicación y de la del cantante, etc. En otras palabras, elementos que en una oración estándar se corresponderían con el sujeto, el objeto directo de la oración, y los complementos circunstanciales, aquí se presentan en forma de una serie enumerativa de elementos que aportan detalles sobre la actuación grabada y publicada junto al mensaje. Se puede considerar que el *tag* y los *hashtags* hacen el resumen de un discurso entero, que podría tener la siguiente forma: “Canto *Felices los cuatro* con mi amigo, Maluma, en España y en Colombia, a través de la aplicación Smule, etc”. Aunque no podemos forzar una semejanza totalmente exacta entre los dos tipos de expresión, se tiene que remarcar la ordenación totalmente subjetiva, pragmática, de las intervenciones de *social media*.

Es conocido que “La comunicación al instante [...] explicaría asimismo que el orden de palabras responda a la función pragmática de la topicalización y al realce informativo, [...], de los elementos” (Narbona 1989: 167, 189-92; Escavy 1997, *ap.* Briz Gómez 2016: 77). Este fenómeno propio de la comunicación oral se suele llamar *dislocación a la izquierda* o *movimientos tópicos*, puesto que “las palabras se adelantan a menudo como preludios de la expresión organizada, a modo de titulares que presentan y anuncian la idea que se pretende desarrollar” (Briz Gómez 2016: 77). Un ejemplo del lenguaje virtual, relevante en este sentido, es: “#QueridosInvisiblesMalu A mi Animalito que le quiero muchísimo 🐶 David 💞IX💞”. En este caso, podemos deducir que la informante disloca a la izquierda, en cierta forma, al complemento directo, ya que el tema (las personas queridas de nuestras vidas, que para los demás son invisibles) tratado en la página personal de la cantante, Malú, representa el objeto directo del verbo no expresado, *dedicar/ consagrar*. El *hashtag* es uno de los más empleados recursos a la hora de realizar este tipo de operación en el lenguaje de las redes, puesto que enfatiza de forma más visible el elemento considerado como más importante por el hablante, delimitándolo de forma evidente del resto de la oración. Sin embargo, las situaciones de *dislocación a la izquierda* son aisladas en comparación con el tipo de dislocación que analizamos a continuación.

Existen también situaciones cuando el *movimiento informativo* se realiza a la derecha, y “determinados elementos se añaden como codas reconocedoras de algo mencionado con anterioridad o especificadores de algo, que se entiende no ha sido presentado con claridad: *post-temas* o *post-remas*; así pues, lo focalizado presenta [...] ahora un valor explicativo, matizador o de precisión

informativa” (2016: 78). En el lenguaje del ámbito virtual, este tipo de estrategia conversacional se lleva muchas veces a cabo a través del *hashtag*, como en el primer caso, puesto que hemos podido identificar 21 muestras que presentan este fenómeno sintáctico, todas de Instagram y Twitter. Una muestra relevante para esta práctica es la siguiente, de Instagram: “Hoy pienso bailar un poco, jajajajaja me voy de comida 🍷❤️😄 #InvitaciónDeEmpresa #ElJefeManda #ABailar #AComer #ADivertirse 😄👌”. Como se puede observar, la secuencia de *hashtags* del final de la intervención o la *dislocación a la derecha* aporta detalles sobre el contexto de la producción de la intervención, palabras clave que en cierta forma compriman el significado de posibles oraciones que permitirían desarrollar y completar las ideas del mensaje. Por consiguiente, el usuario expresa su subjetividad a través de la anteposición del adverbio *hoy*, del uso de la palabra onomatopéyica y de el de los *emojis*, que indican su entusiasmo y la actitud positiva frente a la experiencia. La información que tiene el rol de matizar el tema principal se expresa a través de la parte dislocada y aparece al final de la intervención.

Pasando ahora al análisis de las particularidades del orden pragmático de los enunciados producidos por el grupo de jóvenes rumanos, cabe destacar la presencia de los mismos rasgos de organización sintáctica. La alteración del orden no marcado de los constituyentes de la oración en el intento de aportar expresividad a la intervención se puede observar también en el caso de este grupo, que destaca, así como en el análisis de los españoles, por el uso de métodos típicos del ámbito virtual. Como ya lo hemos mencionado, el principio organizador en este contexto de comunicación, del mismo modo que en el caso de la conversación coloquial, es la afectividad y la subjetividad del hablante.

Las muestras del corpus de los jóvenes rumanos presentan algunos ejemplos de *dislocación a la izquierda*, realizada a través de *hashtags* que anuncian el tema que la intervención pretende desarrollar, aunque este tipo de casos no se dan con frecuencia, igual que hemos podido comprobar en las muestras de los españoles. Hemos recogido, por ejemplo, una muestra de Twitter: “#vocearamâniei @Smiley_omul are în echipa lui viitoarea voce a României! ;)”, cuyo tema introducido por el *hashtag* es el programa de televisión, Vocea României. Por consiguiente, el usuario desplaza lo que en una oración estándar sería el complemento circunstancial de lugar (*@Smiley_omul are în echipa lui viitoarea voce a României, la Vocea României!*) al principio del enunciado, organizando los elementos de este de una manera subjetiva. Se puede notar, igualmente, la alternación entre texto, hipertexto y recursos gráficos, dada la presencia del *hashtag* y del *tag* con valor referencial (denominan directamente a Smiley y al programa), seguidos por el texto y el *emoticono*, que pertenece al paralenguaje que acompaña a la producción.

No obstante, los ejemplos de *dislocación a la derecha* a través del *hashtag* son bastante abundantes en el corpus de los rumanos, ya que hemos

podido identificar en torno a 34 (más que en el corpus de los españoles) intervenciones de este tipo, todas de Instagram y Twitter. Por ejemplo, en “This is how I woke up today💕 #iloveyou thank you for this delicious breakfast in bed!💕🥞 #pancakes #apricotjam💕 #grapefruitjuice💕”, la usuaria matiza y explica lo positivo de su experiencia a través de la enumeración de *hashtags*, que denominan los componentes de su desayuno y argumentan la evaluación positiva que ella hace de este.

El mismo tipo de dislocación se puede observar también en ejemplos como: “sunset🌅 #nofilter #clujnapoca #backintown”; “A veniiiiit Moșu!!! 😊 #pijamas #bathrobe #family #christmastime”; “Nice office, eh? #bcucluj #colecțiispeciale #specialcollections #oldbooks #libraryfun #librarieshidemisteries”. En estas y en muchas otras muestras similares, se puede notar que la serie de *hashtags* contextualiza las fotos acompañadas (ofrece datos sobre la ubicación, los participantes, los sentimientos, etc.), menciona el estado de ánimo del hablante y las reflexiones o las evaluaciones que este hace sobre el tema, y presenta la posición de este ante las fotos o la actitud que este quiere que el lector tenga al verlas.

En conclusión, las muestras recogidas para los dos grupos de jóvenes dejan claro el hecho de que, en la comunicación propia de las redes sociales, igual que en la conversación coloquial oral, “el orden regular de las unidades comunicativas es de carácter psicológico y, sobre todo, pragmático” (Briz Gómez 2016: 78). Más allá de las estrategias de énfasis empleadas en el habla, la expresión escrita en las redes sociales presenta sus propios recursos que marcan “ciertos focos de atención, de contraste” (2016: 78-79) dentro del enunciado, principalmente los hipervínculos y los elementos gráficos.

Construcciones sin verbo en forma personal

Generalmente, el enunciado estructurado se organiza prototípicamente en torno a una forma verbal en modo personal que determina la configuración lingüística de la comunicación (GALR II 2005: 15). En el ámbito virtual, sin embargo, se puede notar la presencia abundante de enunciados que no se organizan en torno a un verbo en forma personal, tanto en los textos escritos publicados por los jóvenes españoles, como también por los rumanos. Por lo tanto, en la mayoría de los casos podemos hablar de estructuras sintácticas que consisten solamente en un sintagma nominal, adjetival, adverbial, prepositivo o en oraciones de infinitivo, construcciones de gerundio o participios. Este tipo de estructuras breves, simples, tienen muchas veces rol de título para las fotos que suelen acompañar, o resumen las características de los hablantes que eligen publicar presentaciones personales en las plataformas, y pueden aparecer también en forma de *hashtag*. Las intervenciones que albergan una gran cantidad de estructuras de este tipo o se limitan exclusivamente a estas se dan con más

frecuencia en Instagram, Twitter y Tinder (que se basan más en la publicación de materiales y no en la conversación de grupo), que en Facebook.

Por ejemplo, las siguientes muestras ilustran casos en los que los hablantes no han sentido la necesidad de desarrollar las ideas expresadas en las fotos y han limitado sus intervenciones a sintagmas nominales, adjetivales o prepositivos, o a construcciones de infinitivo, todas con valor de título, de etiqueta o de palabra clave (a veces en combinación con oraciones simples), no incluidos en estructuras complejas: “Risofit total!! Amor boliviano <3”; “Sunset in Puerta del sol #spanglish #relaxingcupofcafeconleche”; “Fallas en familia 🍷❤️🍷👉🍷 se os quiere mazo peña 🍷 #tontorrones”; “Del 93. Dulce, Risueña, Bailarina, Cantarina y como una Cabra : D Piscis ☆ I LOVE MUSIC ♥”. Lo mismo se puede observar en las siguientes presentaciones personales de Tinder: “Travel and meet new people 🌍✈️. From Spain es. 1998”; “Chico alegre, divertido y con ganas de ser feliz, siempre un poquito más./ Con ganas de conocer a alguien especial./ Soldador y deportista”; “Amante del deporte, de la caza, los videojuegos... Siempre dispuesto a salir a tomar una cerveza”. Se dan con bastante frecuencia también las construcciones de gerundio (o el presente continuo en del inglés), para marcar la progresión de una actividad, de un proceso o de un estado de ánimo, en el intento de intensificar la fuerza ilocutiva del mensaje: “Disfrutando de una gran noche con la #25aniversario977 y deseando que actue @David_Civera 🤔🤔”; “Intentando encontrar algo que perdí hace tiempo”.

El corpus de los rumanos presenta, como ya lo hemos indicado, la misma propensión hacia el uso de las estructuras sintácticas ya presentadas. Algunos ejemplos relevantes en este sentido son: “Nice office, eh? #bcucluj #colecțiispecial #specialcolections #oldbooks #libraryfun #librarieshidemisteries”; “Zeiță antică!”; “Sea state #Constanta”; “In love with photos”. Tampoco faltan descripciones personales de Tinder, que presentan estructuras parecidas: “Personality INTP./ Brutally honest with people i know./ Atheist but not militant about my views”; “Eye contact specialist”. La misma intención de marcar la progresión de lo que el hablante experimenta o desempeña se puede observar también en el caso de los rumanos, en ejemplos de construcciones de gerundio o en el uso del presente continuo del inglés, de distintas plataformas: “Willing to lie about how we met”; “Transitioning from fat to fat only on the inside”; “Looking for somebody to have regular ‘meals’ with”.

Conclusiones

Los rasgos sintácticos delineados, cada uno con sus diferentes particularidades, atestiguan el carácter informal, coloquial y altamente subjetivo del lenguaje de *social media*.

Hemos destacado el interés acentuado por los recursos de la coordinación en los dos grupos de jóvenes, aunque en todas las redes existen igualmente muestras en las que se prescinde de cualquier tipo de signo de puntuación, siguiendo el flujo de los pensamientos del hablante.

El orden pragmático de los elementos del enunciado se suele manifestar a través de las *dislocaciones*, mientras que las construcciones sin verbo en forma personal son más propias de Twitter y de Tinder y suelen tener el propósito de captar la atención de los lectores.

BIBLIOGRAFÍA

a) estudios teóricos y aplicados:

- Guțu Romalo, Valeria (coord.), 2005, *Gramatica limbii române*, vol. I-II, București, Editura Academiei Române. (GALR)
- Briz Gómez, Antonio, 2016, *El español coloquial en la conversación: esbozo de pragmagramática*, Barcelona, Ariel.
- Farzindar, Atefeh, Inkpen, Diana, 2015, *Natural Language Processing for Social Media*, Morgan & Claypool Publishers.
- Figueras Solanilla, Carolina, 2001, *Pragmática de la puntuación*, Barcelona, Ediciones OCTAEDRO.
- Gaviño Rodríguez, Victoriano, 2008, *Español coloquial. Pragmática de lo cotidiano*, Cádiz, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cádiz.
- Gili Gaya, Samuel, 1983, *Curso superior de sintaxis española*, Barcelona, Bibliograf.
- Herring, Susan C., 2012, "Grammar and Electronic Communication", in *Encyclopedia of applied linguistics*, Wiley-Blackwell, pp. 1-11.
- Herring, Susan C., Androutsopoulos, Jannis, 2015, "Computer-Mediated Discourse 2.0", in *The Handbook of Discourse Analysis*, Second Edition, Oxford, John Wiley & Sons, pp. 127-151.
- Iordan, Iorgu, 1975, *Stilistica limbii române*, ediție definitivă, București, Editura Științifică.
- Mancera Rueda, Ana, Pano Alamán, Ana, 2013, *El discurso político en Twitter*, Barcelona, Anthropos Editorial.
- Narbona Jiménez, Antonio, 2015, *Sintaxis del español coloquial*, Sevilla, Editorial Universidad de Sevilla.
- Pano Alamán, Ana, 2008, *Dialogar en la Red. La lengua española en chats, e-mails, foros y blogs*, Bern, Peter Lang.
- Vigara Tauste, Ana María, 1980, *Aspectos del español coloquial*, Madrid, Sociedad General Española de Librería.
- Vigara Tauste, Ana María, 2005, *Morfosintaxis del español coloquial*, Segunda edición, Madrid, Editorial Gredos.

b) *recursos electrónicos:*

- Facebook: Societatea Secretă a Iubitorilor de Gămițe <<https://www.facebook.com/groups/SSIG.ro/>> [desde 03/2017 hasta 05/2018].
- Facebook: Chirie Cluj-Napoca <<https://www.facebook.com/groups/533812073419542/>> [desde 03/2017 hasta 05/2018].
- Facebook: El Informer UPV <<https://www.facebook.com/InformerUV/>> [desde 03/2017 hasta 05/2018].
- Facebook: Informer: Universidad de Zaragoza <<https://www.facebook.com/informeruniversidadzaragoza/>> [desde 03/2017 hasta 05/2018].
- Facebook: Filósofos del Tinder <<https://www.facebook.com/Fil%C3%B3sofos-del-Tinder-1178466408909709/>> [desde 03/2017 hasta 05/2018].
- Twitter: DVICIO <<https://twitter.com/dviciooficial>> [desde 03/2017 hasta 05/2018].
- Twitter: Daniel Martín <https://twitter.com/_danielmartin_> [desde 03/2017 hasta 05/2017].
- Twitter: Enrique Iglesias <<https://twitter.com/enriqueiglesias>> [desde 03/2017 hasta 05/2018].
- Twitter: Pablo Alborán <<https://twitter.com/pabloalboran>> [desde 03/2017 hasta 05/2018].
- Twitter: Malú <https://twitter.com/_MaluOficial_> [desde 03/2017 hasta 05/2018].
- Twitter: María Artés <<https://twitter.com/mariaartestlm>> [desde 03/2017 hasta 05/2018].
- Twitter: Aly Eckmann <<https://twitter.com/AlyEckmann>> [desde 03/2017 hasta 05/2018].
- Twitter: FormulaTV <<https://twitter.com/FormulaTV>> [desde 03/2017 hasta 05/2018].
- Twitter: Ana Mena <<https://twitter.com/AnaMenaMusic>> [desde 03/2017 hasta 05/2018].
- Twitter: Cabral Ibacka <https://twitter.com/cabral_ro> [desde 06/2017 hasta 05/2018].
- Twitter: Antonia <<https://twitter.com/AntoniaMusician>> [desde 06/2017 hasta 05/2018].
- Twitter: Alina Eremia <https://twitter.com/Alina_EremiaOff> [desde 06/2017 hasta 05/2018].
- Twitter: Joanna Jedrzejczyk <<https://twitter.com/joannamma>> [desde 06/2017 hasta 05/2018].
- Twitter: Cody Ray Allen Garbrandt <https://twitter.com/Cody_Nolove> [desde 06/2017 hasta 05/2018].
- Twitter: Meral Akşener <https://twitter.com/meral_aksener> [desde 06/2017 hasta 09/2018].
- Twitter: Lindsey Pelas <<https://twitter.com/LindseyPelas>> [desde 06/2017 hasta 05/2018].
- Twitter: Christina Grimmie <https://twitter.com/iam_AyuXh> [desde 06/2017 hasta 05/2018].
- Instagram: La Oreja de Van Gogh <<https://www.instagram.com/laorejadevangogh/>> [desde 03/2017 hasta 05/2018].
- Instagram: Melendi Oficial <https://www.instagram.com/_melendioficial_/> [desde 03/2017 hasta 05/2018].
- Instagram: Antonia <<https://www.instagram.com/antonia/>> [desde 06/2017 hasta 05/2018].
- Tinder: <<https://tinder.com>> [desde 06/2017 hasta 06/2018].