

## Los marcadores discursivos en Twitter: el uso de *#ponele* como marca de ironía

Rodrigo Loredó

Facultad de Filosofía y Letras, UBA

[loredo.rod@gmail.com](mailto:loredo.rod@gmail.com)

Muriel Picone

Facultad de Filosofía y Letras, UBA

[muri.pic@gmail.com](mailto:muri.pic@gmail.com)

### Resumen

En este trabajo nos proponemos analizar distintos usos del marcador discursivo *ponele* en un corpus de enunciados extraídos de la red social *Twitter*, con el objetivo de dar cuenta de algunas de las particularidades que adopta el marcador en este contexto, donde se publican mensajes escritos que conservan fuertes rasgos de oralidad. Siguiendo a Portolés (1998), consideramos a los marcadores discursivos como unidades lingüísticas que se caracterizan por su función de guiar las inferencias necesarias para que la comunicación se produzca. En la oralidad, esta función también se realiza mediante otros recursos, tales como la prosodia, la proxemia y la kinesia, que en *Twitter* no están presentes. Al mismo tiempo, el carácter público de los intercambios tiene como consecuencia que los usuarios no puedan prever quiénes serán los destinatarios concretos de sus mensajes ni cuáles son los supuestos compartidos con ellos. Nuestra hipótesis es que en los *tweets*, frente a la ausencia de estos elementos, los marcadores discursivos, y en particular el marcador *ponele*, cobran una mayor importancia al pasar a cumplir también la función de claves de contextualización (Gumperz 1982), ya que sin ellos el mensaje no podría ser interpretado adecuadamente. Para dar cuenta de las instrucciones que orientan la interpretación contenidas en el marcador *ponele*, tomamos como marco la teoría de la relevancia, centrándonos fundamentalmente en la noción de *significado procedimental* (Sperber y Wilson 1986, Blakemore 2002). Como conclusión, planteamos que en la mayoría de los casos el marcador discursivo *ponele* es la única indicación interpretativa de este tipo presente en el mensaje y que adopta características suprasegmentales, propias de las claves de contextualización. Observamos, además, que esto ocurre especialmente en los *tweets* irónicos, cuya interpretación como ironías depende exclusivamente de la inclusión del marcador en una posición específica.

## Introducción

En este trabajo abordamos el análisis del marcador discursivo *ponele* en un corpus de enunciados extraídos de la red social *Twitter* con el objetivo de dar cuenta de algunas de las particularidades que adopta el marcador en este contexto, en el que los mensajes son escritos pero guardan similitudes con los de las conversaciones informales.

Para ello, en primer lugar realizaremos una caracterización morfosintáctica del marcador. En segundo lugar, nos referiremos a las características del corpus, centrándonos algunas de las particularidades de los mensajes de *Twitter*. En tercer lugar, presentaremos los resultados del análisis del corpus y una breve descripción de los tres usos de *ponele* que aparecen allí: suposición, concesión e ironía. Finalmente, analizaremos con más detalle el uso de *ponele* como marca de ironía y, a partir de las características observadas, plantearemos algunas hipótesis y observaciones generales sobre el funcionamiento de las claves de contextualización y los marcadores discursivos en *Twitter*.

## Hipótesis general del trabajo

Mientras que en la oralidad hay marcas como la prosodia, la proxemia y la kinesis que guían la interpretación de los enunciados, en los mensajes escritos de *Twitter* estos recursos no están presentes. Al mismo tiempo, el carácter público de los intercambios tiene como consecuencia que los usuarios no puedan prever quiénes serán los destinatarios concretos de sus mensajes ni cuáles son los supuestos compartidos con ellos. Nuestra hipótesis es que en este tipo de mensajes, frente a la ausencia de estos elementos, los marcadores discursivos, y en particular el marcador *ponele*, pasan a cumplir una doble función: además de indicar la conexión entre segmentos discursivos también activan los marcos y escenarios que permitirán que el mensaje sea interpretado adecuadamente. De este modo, una de las funciones de *ponele* en *Twitter* sería la de habilitar la interpretación de sentidos generalmente expresados mediante recursos prosódicos y gestuales, que en este contexto no están presentes.

## Marco teórico

Para identificar en qué casos la forma lingüística *ponele* funciona como marcador discursivo, nos basaremos en la propuesta de José Portolés (1998: 25-26), que define a los marcadores discursivos como

unidades lingüísticas invariables, [que] no ejercen una función sintáctica en el marco de la predicación oracional –son, pues, elementos marginales– y poseen un cometido coincidente en el discurso: el de guiar, de acuerdo con sus distintas propiedades morfosintácticas, semánticas y pragmáticas, las inferencias que se realizan en la comunicación (1998: 25-26).

Desde esta perspectiva, los marcadores discursivos son unidades que se caracterizan por su función semántico-pragmática y no por su función gramatical, y por lo tanto no se pueden describir en términos gramaticales. Por esta razón, para abordar el análisis del marcador *ponele* en los enunciados que conforman el corpus, tomaremos como marco la teoría de la relevancia, centrándonos fundamentalmente en la noción de *significado procedimental* (Sperber y Wilson 1986, Blakemore 2002).

En la teoría de la relevancia, los marcadores discursivos son considerados como expresiones que se caracterizan por carecer de significado conceptual y por poseer significado procedimental (Blakemore 2002: 77-78). Según esta teoría, el input de los procesos inferenciales está compuesto por información semántica de dos tipos: información conceptual, que conforma el contenido proposicional del mensaje, e información procedimental, que impone límites y guía las inferencias que el procesador debe realizar. En los procesos inferenciales, estos dos tipos de información integran el input semántico junto con la información contextual y permiten elaborar hipótesis sobre la intención comunicativa/informativa del mensaje (Sperber y Wilson 1986: 185, Blakemore 2002: 60).

Para Blakemore, los marcadores discursivos se pueden clasificar según la función cognitiva que cumplen: a) derivar implicaciones contextuales, b) reforzar un supuesto existente, o c) eliminar un supuesto a partir de una contradicción.

Por otro lado, en la interpretación de los enunciados en contexto también intervienen características formales del mensaje que no poseen significado conceptual, a las que Gumperz llamó “claves de contextualización” (*contextualization cues*) (Gumperz 1982, 1991). Esta categoría abarca una gran variedad de recursos: pueden ser rasgos prosódicos como la entonación y el énfasis, características paralingüísticas como la risa, los cambios de código, la elección de determinados ítems léxicos, entre otros.

Las claves de contextualización son, por lo general, rasgos no segmentables, como los prosódicos, paralingüísticos o kinésicos, y en los pocos casos en los que están codificados, suelen corresponder a la clase de las interjecciones. A veces involucran una combinación de aspectos lingüísticos y no lingüísticos. No tienen contenido proposicional sino que tienden a invocar marcos contextuales que intervienen en la interpretación del enunciado (especificando, por ejemplo, su fuerza ilocucionaria o su estructura retórica). Su interpretación está sujeta a procesos inferenciales que pueden dar diferentes resultados en diferentes contextos (Levinson, 1997: 28-29). En este aspecto se asemejan a la mayoría de los marcadores discursivos, pero el grado de dependencia contextual de las claves de contextualización es aún mayor.

Para el análisis del uso de *ponele* como marca de ironía, también nos basaremos en las propuestas de Sperber y Wilson (1981, 1998). Estos autores sostienen que todas las ironías, pueden ser definidas en términos de menciones implícitas de proposición: estas menciones son interpretadas como el eco de un enunciado o de un pensamiento que el hablante quiere caracterizar como inapropiado o irrelevante. Los ecos pueden ser directos, en el sentido de que pueden reproducir un enunciado previo, o indirectos, en los casos en los que no se menciona una proposición enunciada sino un sobreentendido. Los enunciados mencionados no necesariamente tienen que haberse producido en un momento próximo al de la producción del enunciado que incluye su mención, también puede haber ecos anticipados. Además, el hablante tiene la posibilidad de hacer eco de un enunciado o de un pensamiento atribuido al interlocutor sugiriendo que lo encuentra falso, inapropiado o irrelevante, como en el caso de la ironía. Para comprender un enunciado irónico, el interlocutor debe reconocer su carácter de mención-eco e identificar la actitud que adopta el hablante respecto de la proposición que menciona.

### **Caracterización morfosintáctica y semántica de la forma *ponele***

La unidad lingüística *ponele*, excepto en su uso como verbo equivalente a otros como *colocar* o *ubicar*, es invariable y no ejerce una función sintáctica dentro de la oración, por lo cual, de

acuerdo con la definición de Portolés (1998), se puede considerar como un marcador discursivo.

Desde el punto de vista morfosintáctico, *ponele* es la forma de segunda persona singular de solidaridad (Brown y Gilman, 1960) correspondiente al modo imperativo del verbo *poner*, seguido de un pronombre enclítico dativo de tercera persona singular.

Al ser objeto de un proceso de gramaticalización en marcha, el marcador *ponele* presenta una mayor flexibilidad que el verbo en cuanto a las posiciones que puede ocupar en los enunciados; así, es posible encontrarlo en posición inicial, pospuesto o intercalado. Además, se presenta bajo dos formas distintas, *ponele* y *ponele que*, que presentan diferencias en las posiciones que pueden ocupar: la primera suele aparecer en las posiciones intercalada y pospuesta (ya sea luego de una coma o de un punto), mientras que la segunda suele ir en posición inicial e introduce una subordinada.

En cuanto a su valor semántico, el *Diccionario Integral del Español de la Argentina*, que incluye una entrada de *ponele* como marcador, dice:

**ponele** COLOQUIAL Hacer que alguien suponga como verdadera una situación hipotética para poder desarrollar un razonamiento: *Ponele que suena el teléfono de tu casa a las cuatro de la mañana... ¿vos no te asustás?*

En esta definición se incluye un solo uso del marcador, el de suposición. Como veremos en el análisis, esta forma tiene al menos otros dos usos: el concesivo y el de marca de ironía.

### Características del corpus

Los 30 mensajes que conforman el corpus fueron tomados de la red social *Twitter*. Se trata de una muestra elegida al azar entre los resultados de la búsqueda de “ponele”<sup>1</sup>. Estos enunciados tienen ciertas características particulares que se desprenden del tipo de soporte para el cual fueron producidos. Los mensajes publicados en la red social *Twitter*, también llamados *tweets*, son enunciados escritos que conservan fuertes rasgos de oralidad (Noblía, 2010: 40-43) pero ciertas características, como la prosodia y los recursos kinésicos y proxémicos, están ausentes y, por lo tanto, deben ser reemplazadas por otras marcas que cumplan su función. Por esta razón, los usuarios utilizan recursos tales como mayúsculas para indicar énfasis, “@nombre” para marcar a quién se están dirigiendo o el símbolo #, llamado “hashtag”, que se utiliza para marcar palabras clave o temas (Zappavigna, 2012).

Otro rasgo particular de los mensajes del corpus está relacionado con la destinación. Si bien los usuarios suelen mantener conversaciones con otros y publicar mensajes dirigidos a sus seguidores, la gran mayoría de los *tweets* son públicos<sup>2</sup>, es decir, cualquiera que posea acceso a Internet puede leerlos. Por este motivo, los usuarios no pueden prever quiénes serán los destinatarios concretos de sus mensajes ni cuáles son los supuestos compartidos con ellos.

<sup>1</sup> Fueron excluidos de la selección los *tweets* que no resultaban comprensibles de manera autónoma, es decir, aquellos que para ser comprendidos debían ser leídos en el contexto de la conversación o página de usuario de la que formaban parte.

<sup>2</sup> Si bien es posible configurar una cuenta de *Twitter* para sea privada, las personas que eligen esta opción representan menos del 10% de los usuarios (Fuente: <http://www.quora.com/Twitter-1/What-percentage-of-Twitter-accounts-are-private>).

## Análisis

En nuestro corpus encontramos 33 ocurrencias de *ponele* de las cuales 5 corresponden al uso concesivo del marcador, 12 al uso de suposición y 16 al uso como marca de ironía.

A continuación, presentamos un cuadro síntesis de los resultados, junto con una breve descripción del significado procedimental de cada uso:

Usos	Posición	Formas	Significado procedimental
SUPOSICIÓN	Inicial	<i>Ponele que / ponele</i>	(p) es relevante como marco hipotético
CONCESIÓN	Intermedia. Luego de coma o entre comas	<i>Ponele</i>	(p) es relevante si es atribuido a un $X \neq H$ y H no niega (p)
IRONÍA	Final. Luego de punto	<i>Ponele</i>	(p) es relevante si H cree que (p) es inapropiado o irrelevante

En *Twitter* los casos de ironía marcada por *ponele* poseen características particulares. En primer lugar, las marcas del distanciamiento del hablante respecto de (p) aparecen siempre al final del enunciado. Como ya señalamos, la ausencia de los rasgos prosódicos de la oralidad y de un substrato, aunque sea mínimo, de información compartida permite que el enunciado se interprete como una aserción hasta que el marcador *ponele* indica que debe interpretarse como irónico. Así, se muestra la actitud del hablante frente al punto de vista expresado sobre el final del mensaje y no de manera simultánea.

Por ejemplo, en el siguiente *tweet*, si no estuviera el marcador *ponele*, (p) se interpretaría como una cita sin marcas de distanciamiento por parte del hablante:



Sin embargo, el marcador guía la inferencia de que H (en este caso, @agostinabelen) considera que la afirmación de (p) por parte de @QueReflexiones es ridícula.

En el siguiente ejemplo ocurre lo mismo, ya que sin el marcador el enunciado se podría interpretar como una expresión de alegría por haber aprobado dos materias:



Otro dato importante es que 13 de las 16 ocurrencias de *ponele* como marca de ironía aparecen marcadas con *hashtag*, como en los dos ejemplos presentados, mientras que en los otros usos esto no ocurre. En el siguiente *tweet*, por ejemplo, el marcador aparece dos veces, en el primer caso indicando suposición y en el segundo ironía, y solo en la segunda ocurrencia aparece con *hashtag*:



Como vimos, Sperber y Wilson plantean que para interpretar una ironía hay que reconocer el carácter de mención-eco de la proposición (p), de manera tal que se identifique la actitud de distanciamiento del hablante respecto de ella. En este reconocimiento suelen intervenir factores prosódicos como el “tono irónico”, cambios de estilo y/o registro y la contradicción manifiesta de (p) con evidencias contextuales o supuestos compartidos entre los interlocutores. Como ya señalamos, el “tono irónico” y los ítems léxicos que producen un quiebre en el estilo o registro funcionan, según Gumperz, como claves de contextualización. Además, ya dijimos también que en *Twitter* no es posible prever qué supuestos se comparten con los receptores de los mensajes ni se cuenta con evidencias contextuales para orientar la interpretación. Sin embargo, es posible considerar que en los casos de ironía el uso de *hashtags* y la posición que ocupa el marcador en el mensaje suplantando a las marcas prosódicas. Si bien los *hashtags* se utilizan como etiquetas para marcar temas, los usuarios comenzaron a utilizar este recurso en expresiones como los marcadores discursivos, que no pueden referirse a un tema porque no poseen significado conceptual. Todo esto lleva a pensar que estas marcas están en proceso de convertirse en claves y que, en consecuencia, *ponele* guía las inferencias no solo por su función como marcador discursivo sino porque, al estar ubicado después y por fuera del enunciado del *tweet* y marcado con *hashtag*, funciona al mismo tiempo como clave de contextualización.

## Conclusiones

Como observamos en el análisis, el marcador *ponele* en su uso como marca de ironía tiene características que lo asemejan a una clave de contextualización. En los enunciados que analizamos, la presencia del marcador es determinante para su interpretación, por un lado porque guía las inferencias por su significado procedimental, pero también porque cuando está marcado con *hashtag* actúa como clave de contextualización, reemplazando la prosodia del “tono irónico”. Como ya señalamos, creemos que es posible que esta doble función se vea facilitada por el contexto que proporciona *Twitter*: frente a la limitación en el uso de recursos prosódicos, paralingüísticos y kinésicos, y ante la ausencia de un contexto de situación que imponga restricciones a la interpretación de los enunciados, los marcadores discursivos cargan por sí solos con la responsabilidad de asegurar que se produzcan las inferencias adecuadas. Por esta razón, consideramos que es esperable que en *Twitter*, así como en otras redes sociales de características similares, esta confluencia de marcadores discursivos y claves de contextualización se extienda a otras formas y expresiones, y que estas pasen a formar parte del conjunto de recursos especializados en activar marcos contextuales propios de estas nuevas formas de interacción social.

## Bibliografía

- Blakemore, Diane. 2002. *Relevance and Linguistic Meaning. The Semantics and Pragmatics of Discourse Markers*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Gumperz, John. 1982. *Discourse strategies*. Cambridge: Cambridge University Press.
- \_\_\_\_\_. 1991. "Contextualization and Understanding", in Duranti, A. and C. Goodwin (eds.), *Rethinking Context. Language as an Interactive Phenomenon*. Cambridge: CUP.
- Levinson, S. C. 1997. "Contextualizing 'contextualization cues'". En Erdmans, S., C. Prevignano & P. Thibault (eds.), *Discussing communication analysis 1: John J. Gumperz*. Lausanne: Beta Press. 24-30.
- Noblía, Valentina. 2010. *La relación interpersonal en el chat. Procesos de construcción y negociación de la identidad*. Tesis doctoral inédita. FFyL, UBA.
- Portolés, J. 1998. *Marcadores del discurso*. Barcelona: Ariel.
- Sperber, D. y Wilson, D. 1981. "On Verbal Irony". En Cole, P. (ed.), *Radical Pragmatics*. Nueva York: Academic Press.
- \_\_\_\_\_. 1986. *Relevance*. Massachusetts: Blackwell, 1995.
- \_\_\_\_\_. 1998. "Irony and relevance: A reply to Drs Seto, Hamamoto and Yamanashi". En Carston, R. y Uchida, S. (eds.), *Relevance theory: Applications and implications*. Amsterdam: John Benjamins. 283-293.
- Zappavigna, Michele. 2012. *Discourse of Twitter and Social Media. How we use language to create affiliation on the web*. Londres: Continuum.
- Zorraquino, Martín y J. Portolés. 1999. "Los marcadores del discurso". En Bosque, I. y V. Demonte (dir.), *Gramática descriptiva de la lengua española*. Madrid: Espasa Calpe. Cap. 63.