

**Análisis
de las tendencias
macroestructurales
de la lengua española
en los cibermedios:
las entrevistas corales de
Marca.com protagonizadas
por los clásicos entre
el Real Madrid C. F. y el
Barcelona F. C. (2010-2011)**

Analysis of the Macrostructural-Trends of the Spanish Language in Online Media: *Marca.com* Coral Interviews Featuring the Classic between Real Madrid C. F. and Barcelona F. C. (2010-2011)

Análise das tendências macroestruturais da língua espanhola na cibermídia: as entrevistas corais de *Marca.com* protagonizadas pelos clássicos entre Real Madrid C. F. e o Barcelona F. C. (2010-2011)

CÓDIGO SICI: 2027-2731(201212)32:63<130:ATMLEC>2.0.CO;2-I

Recibido: 5 de abril de 2013

Aceptado: 4 de junio de 2013

Submission date: April 5, 2013

Acceptance date: June 4, 2013

Origen del artículo

Este artículo forma parte de una investigación titulada *Las entrevistas corales como nuevo cibergénero periódico*, realizada por los autores. Los investigadores se encontraban afiliados al instituto de investigación de la Universidad Rey Juan Carlos (Madrid) y a la Universidad de Málaga al momento de realizar el trabajo. Una primera fase del proyecto se llevó a cabo entre marzo de 2012 y enero de 2013, y la segunda fase está en desarrollo hasta finales de 2013, financiada con recursos personales de ambos investigadores.

DANIEL BARREDO IBÁÑEZ

Doctor en Periodismo de la Universidad de Málaga. Docente e investigador *junior* en el proyecto Prometeo, de la Facultad de Administración de Empresas, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Ecuador. Correspondencia: Calle Batán, 105, 18240, Pinos Puente (Granada, España). **Correo electrónico:** danielbarredo@aol.com.

MARTÍN OLLER ALONSO

Doctor en Periodismo de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid. Docente e investigador *junior* en el proyecto Prometeo, de la Facultad de Administración de Empresas, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Ecuador. Correspondencia: Zurlindenstrasse 58, 8003 Zürich, Alemania. **Correo electrónico:** martin.olleralonso@gmail.com

Resumen

En este artículo se realiza un análisis lingüístico de las entrevistas corales en *Marca.com* en el marco de los cinco enfrentamientos deportivos entre el Real Madrid F. C. y el F. C. Barcelona (2010-2011), es decir, aquellas formas de intercambio que tuvieron como protagonista este importante evento futbolístico, denominado como ‘el Clásico’. Los resultados obtenidos muestran las tendencias macroestructurales del uso del lenguaje por parte de los usuarios o *ideantes*. En primer lugar, se concluye cierta despreocupación por el uso del lenguaje basado en las normas ortográficas o en las reglas sintácticas; y, en segundo lugar, una tendencia a evitar en gran medida las deformaciones lingüísticas vinculadas con los *chats*. Esto podría identificarse como una conciencia colectiva informativa, porque los *ideantes* saben que sus textos pasarán de lo íntimo a lo publicado, y de lo publicado a lo público.

Palabras clave: Cibergéneros, entrevistas corales, *Marca.com*, ideantes, análisis lingüístico.

Descriptor: Medios alternativos de comunicación de masas, periodismo deportivo, clubes deportivos.

Abstract

This article makes a linguistic analysis of the coral interviews in *Marca.com* in five games between Real Madrid F. C. and F. C. Barcelona (2010-2011), ie those forms of exchange that occurred in this important soccer event, known as ‘The Classic’. The results show macro-structural trends of language usage by users or “*ideantes*”. First, we conclude that there is a certain disregard in the use of language based on the spelling or syntactic rules, and, secondly, there is a tendency to avoid linguistic deformations to a large extent linked to *chats*. This could be identified as an informative collective consciousness; because *ideantes* know that their texts will go from intimate to published, and from published to public.

Keywords: Cyber-genres, coral interviews, *Marca.com*, ideantes, linguistic analysis.

Keywords plus: Alternative means of mass communication, sports journalism, sports clubs.

Resumo

Neste artigo realiza-se análise linguística das entrevistas corais em *Marca.com* no quadro dos cinco enfrentamentos esportivos entre Real Madrid F. C. e o F. C. Barcelona (2010-2011), ou seja, aquelas formas de intercâmbio que tiveram como protagonista este importante evento futebolístico, nomeado como ‘o Clássico’. Os resultados obtidos mostram as tendências macroestruturais do uso da linguagem por parte dos utentes ou *ideantes*. No primeiro lugar, conclui-se certa despreocupação pelo uso da linguagem baseada nas normas ortográficas ou nas regras sintáticas; e, em segundo lugar, uma tendência a evitar em grande medida as deformações lingüísticas vinculadas com *chats*. Isto poderia se identificar como consciência coletiva informativa, porque os *ideantes* sabem que seus textos passarão do íntimo ao publicado, e do publicado ao público.

Palavras-chave: Cibergêneros, entrevistas corais, *Marca.com*, ideantes, análise linguística.

Descriptor: Meios alternativos de comunicação de massa, jornalismo esportivo, clubes desportivos.

Análisis de las tendencias macroestructurales de la lengua española en los cibermedios: las entrevistas corales de *Marca.com* protagonizadas por los clásicos entre el Real Madrid C. F. y el Barcelona F. C. (2010-2011)

Introducción

En un trabajo anterior definimos los rasgos identificativos del llamado *periodismo ciudadano*. Por su interés, y para contextualizar gradualmente las formas periodísticas que vamos a analizar, reproducimos en la tabla 1 una síntesis de dichos rasgos.

En ese trabajo, teóricamente complementario a este estudio, definíamos el periodismo ciudadano como la expresión activa de la sociedad civil (Oller y Barredo, 2012, p. 54). El periodismo ciudadano, gestionado o autogestionado mediante nuevos

Tabla 1. Rasgos morfológicos de los contenidos periodísticos ciudadanos

Rasgo	Explicación
Son gratuitos	La información se <i>desmercantiza</i>
Son espontáneos	La información se desacraliza, se <i>desrutiniza</i>
Son cercanos	El receptor comparte un código afectivo común con el emisor
Son directos	Se anula parcialmente el <i>gatekeeping</i>
Son atemporales	No están forzosamente ligados con la noción de actualidad
Son flexibles	En cuanto al formato: se permiten videos, audios, mensajes, etc.
Son interactivos	Suelen aparejar la bidireccionalidad o incluso la direccionalidad múltiple

Fuente: Oller y Barredo (2012, p. 57).

canales de participación, supone una desacralización del periodismo tradicional y una ruptura con las rutinas de los *mass media* (Bruns, 2008). Los medios, para evitar el desplazamiento progresivo del eje de referencia simbólica, tienden en los últimos tiempos a integrar esas formas colectivas dentro de lo que se ha denominado como *periodismo participativo* (*participatory journalism*), el cual ha sido definido como: “El acto de un ciudadano, o de un grupo de ciudadanos, jugando un rol activo en el proceso de recopilar, informar, analizar y diseminar noticias e información. La intención de esta participación es proveer la información independiente, fidedigna, precisa y amplia que requiere una democracia” (Bowman y Willis, 2003, p. 9, traducción propia).

Entre las formas emergentes de ese tipo de periodismo ciudadano integrado se destacan las entrevistas corales; en estas especiales formas ciberperiodísticas, el ciberdiario *propone* un argumento y son los *ideantes*¹ quienes lo desarrollan. Los rasgos morfológicos de las entrevistas corales (Barredo y Oller, 2012, p. 9) son:

- El sujeto adopta una actitud periodística.
- Son conversaciones.
- El sujeto entrevistador es múltiple.
- Son, formalmente, creativas.
- Son textuales.

La interrelación de estas características morfológicas produce un nuevo tipo de texto híbrido, según expusimos en un estudio complementario a este (Barredo y Oller, 2012; 2013)². En concreto, hemos analizado en este artículo las entrevistas corales aparecidas en *Marca.com* y que se llevaron a cabo a partir de los cinco enfrentamientos que protagonizaron Real Madrid C. F. y F. C. Barcelona (2010-2011). Se ha escogido este evento deportivo, porque el deporte, a diferencia de otras realidades, genera una mayor participación de los usuarios y una mayor diversidad, debido a factores diastráticos (que explicaremos más adelante). Y se ha examinado *Marca.com* porque es la cabecera digital más visitada de España y una de las principales de América Latina³.

El análisis, por tanto, de las características lingüísticas de las entrevistas corales ha motivado las páginas que siguen, un aspecto aún inexplorado y que, sin embargo, ofrece interesantes perspectivas para conocer la evolución de la lengua española en la ciberesfera.

Factores lingüísticos de las entrevistas corales

El análisis apriorístico de los factores lingüísticos ayuda a clasificar el tipo de cobertura que se establece en las entrevistas corales⁴. *Marca.com*, primer ciberdiario deportivo español⁵, está estrechamente definido por algunos factores desarrollados a continuación.

Diatópicos

Los *ideantes* que integran la comunidad de *Marca.com* pertenecen a un amplio abanico geográfico⁶, como se muestra en la tabla 2.

Tabla 2. Usuarios internacionales de *Marca.com* (2012)

País	Rangos según el tráfico regional
España	13
El Salvador	19
Guatemala	33
Venezuela	80
Portugal	113
Marruecos	118
Colombia	128
Argentina	161
Chile	256
México	269
Perú	295
Corea del Sur	446
Reino Unido	1.125
Francia	1.245
Alemania	2.653
Brasil	3.449
Estados Unidos	3.899
Japón	5.023

Fuente: *Alexa.com*⁷.

En la tabla 2 se observa el posicionamiento del portal en países no exclusivamente hispanohablantes, sino también en lugares como Marruecos, Portugal, Estados Unidos, Corea del Sur, etc. La posibilidad de encontrar en el ciberespacio diferentes variedades idiomáticas ha sido advertida ya por algunos autores (Yus, 2003), y forma parte, en un plano general, de las características distintivas del periodismo en red.

Diastráticos

Estos factores se relacionan con la caracterización integradora de los hablantes presentes en los cibermedios deportivos. Solo en el caso del fútbol —principal deporte representado en *Marca.com*—, muchos son o han sido los aficionados desde la alta cultura, entre ellos Andy Warhol, Mario Benedetti, Albert Camus, Bioy Casares, Picasso, Hemingway o Peter Handke, según comenta Paniagua (2009, p. 47). Incluso hay un conjunto de obras literarias que trabajan específicamente sobre ese sustrato simbólico (Valdano, 1995, 1998; Fontanarrosa, 2003; Galeano, 2005). Pero podríamos citar muchas otras implicaciones culturales (pintura, cine, escultura, etc.) protagonizadas por el balompié, a pesar de que no es nuestro propósito eternizar la escritura de este trabajo.

Por estos motivos, se confirma que una acotación de la información deportiva a un ámbito exclusivamente popular pecaría de reduccionista y parcial. No debe olvidarse la alta repercusión de los medios y de los cibermedios deportivos sobre otras áreas de periodismo. La información futbolística —y del conjunto de los otros deportes— sobresale entre las preferencias colectivas, y su consumo mediático representa, en consecuencia, una opción más de entre las que disponen las sociedades modernas. Por ello, el discurso de los lectores de *Marca.com* abandera un punto de encuentro donde confluyen diversas opiniones. Donde se encuentran hablantes pertenecientes tanto a la norma culta como al lenguaje popular⁸.

Diafásicos⁹

Se relacionan con el tipo de discurso que emplean los hablantes en este caso cuando realizan sus preguntas en las entrevistas corales de *Marca.com*. Estos factores se resumen en las siguientes pautas generales:

- Es un lenguaje público, porque el emisor es consciente de que su opinión va a ser publicada por un medio de comunicación.
- Es un lenguaje escrito, pero con elementos orales. Resulta muy ilustrativa, en ese sentido, la definición sobre el lenguaje de los *chats* que Yus (2002, p. 154; 2010, p. 177) ha descrito como “texto escrito oralizado”¹⁰.
- Es un lenguaje que tiende a lo específico, porque los hablantes se reúnen alrededor de un producto informativo concreto (información deportiva).

También, hemos detectado unas perspectivas secundarias, de difícil cuantificación, que ayudan a clasificar el tipo de discurso que se da en el fenómeno estudiado. Añadimos en estos casos un matiz de probabilidad, porque consideramos que no pueden generalizarse:

- Puede ser un lenguaje técnico, en cuanto a que el hablante puede encarnar el rol del periodista.
- Puede ser un lenguaje popular, en cuanto a que el hablante puede transmitir una duda como lector o ciudadano.

La interrelación de los factores citados produce un discurso altamente heterogéneo, que es interpretado según un fenómeno que ha sido denominado como *poliacroasis*: “En la comunicación retórica, la poliacroasis se produce cuando el discurso oral es recibido e interpretado por diferentes oyentes, siendo así que cada uno de éstos lo interpreta desde sus propias convicciones y posiciones ideológicas, políticas, sociales, psicológicas, éticas y estéticas” (Albaladejo, 2009, p. 3).

Factores lingüísticos de los *chats*

Los *chats* son uno de los principales antecedentes de las entrevistas corales (Barredo y Oller 2012, 2013). En esas formas interactivas, numerosos

estudios (Yus, 2002, 2010; Llisterri, 2002; Araújo y Melo, 2003; Mayans, 2000, 2003) han observado que los participantes emplean un código específico que incurre en muchas particularidades: omisión, sustituciones, lenguaje alfanumérico, uso de símbolos, etc. Así mismo, hay un gran número de residuos orales y que, según Sánchez Ceballos y Sánchez Upetegui (2010, p. 14), pueden enriquecerse a partir de la creatividad lingüística del hablante y sus estrategias de compensación ante la ausencia de los canales visual y auditivo.

Esas “deformaciones textuales”, según Yus (2005, pp. 148, 149), constituyen la “identidad social” de los participantes¹¹. En un estudio de carácter etnográfico, Mayans (2003) observó que los errores se producen desde una multiplicidad de circunstancias: el ritmo que se pretende imprimir a las conversaciones, la elevada o la escasa importancia asignada a la ortografía, etc. Sin embargo, en el mismo trabajo este sociólogo constataba que el perfil de los usuarios de los *chats* es de clase media-alta, con una elevada formación educativa y, por lo tanto, con un alto conocimiento de la norma (Mayans, 2003, p. 109).

A diferencia de los *chats*, que pueden ser textos públicos, las entrevistas corales son textos publicados. Esa importante diferencia posibilita descargar, con relativa facilidad, el texto dialógico de las entrevistas corales; también en algunos *chats*, si bien Crystal (2002, p. 221) al analizar estas formas ha advertido complicaciones instrumentales, como algunos cambios en la hoja de registro de las conversaciones (llamada *logs*) o la imposibilidad en algunos casos de almacenar la interacción.

La mayor complicación de estudiar el lenguaje que se emplea en las entrevistas corales sucede al tener que partir de la base del análisis de los *chats* y no del estudio de las características de aquellas, debido a la novedad de la temática. Por ello, y para centrar un análisis contrastivo, hemos coleccionado

los principales errores de los *chats*, según algunos de los estudios que se han llevado a cabo en los últimos años sobre estas importantes formas de comunicación interactiva.

Características del lenguaje de los *chats*

Lenguaje alfanumérico

La dicotomía entre el sistema alfabético y el sistema alfanumérico, distinción realizada por el profesor Llorenç Valverde (citado por Pinto Lobo, 2001), presupone la injerencia de signos informáticos en las prácticas discursivas de la esfera digital (Pinto Lobo, 2001; Yus, 2010). Ejemplos: “A2” (por *adiós*), “adem+” (por *además*), etc.

Epéntesis

Este fenómeno añade algún tipo de sonido a las formas léxicas (Llisterri, 2002). Ejemplo: “sonido-llll” (por *sonido*).

Aféresis

Una aféresis es la omisión del sonido de un término¹². En los *chats* entre usuarios se ha avistado la presencia de este fenómeno (Sanmartín Sáez, 2009). Ejemplos: “norabuena” (por *enhorabuena*), “asias” (por, *gracias*).

Sufijos con carácter apreciativo

Advertidos por Sanmartín Sáez (2009) como una forma de establecer contacto con el interlocutor. Ejemplo: “besitos”.

Escritura oral

La presencia de elementos orales en este tipo de escritura ha sido mencionada por casi todos los

teóricos de los *chats* entre usuarios (Sanmartín Sáez, 2009; Yus, 2010). Por ejemplo: “desesperaos” (por *desesperados*).

Acortamientos

Es otro recurso presente en los *chats* entre usuarios (Sanmartín Sáez, 2009) y en general en otras formas de comunicación características de los nuevos lenguajes (Yus, 2010). Ejemplo: “no priv” (no *privados*).

Acrónimos

Advertidos por Morala (2001), muy poco frecuentes en español, el estudio citado aporta el siguiente ejemplo: “ATM” (que significa *a toda madre*).

Onomatopeyas

Han sido avistadas por Morala (2001). Ejemplos: “snif”, “buah”, “jiji”, etc.

Sustituciones grafémicas

Consisten en “Sustituir una grafía por otra” (Yus, 2010, p. 200). En los *chats* entre usuarios esas modificaciones o reducciones se vinculan con la velocidad de intercambio (Mayans, 2003). Es decir, para poder mantener el ritmo de una conversación, el hablante se ve obligado a adaptar las estructuras del discurso. Ejemplo: “ke” (en lugar de *qué*).

Neologismos

En este trabajo hemos ajustado el concepto de neologismo en el sentido de palabra de nuevo cuño (Hernández, 2006). Como método contrastivo hemos empleado la técnica clásica sugerida por Alvar Ezquerro (citado por Hernández, 2006, p. 171 y ss.), según la cual se proponen como

neologismos aquellos términos que no aparecen en el DRAE.

Algoritmo estructural

La diversidad de las deformaciones textuales de los *chats* viene dada por una particularidad también presente en las entrevistas corales: ambas formas registran elevados porcentajes de uso individualizado del idioma. En nuestro análisis, enmarcado en el periodismo, nos interesa observar sobre todo las imperfecciones estructurales, es decir, aquellas que pueden revelar una preferencia conjunta y que podrían definir, lingüísticamente, las características morfológicas de las entrevistas corales. De ahí que, siguiendo las recomendaciones de otros expertos, hayamos escogido un algoritmo de repetición relativamente elevado: “[...] parece recomendar que los usos periodísticos que seleccionaremos como fuentes documentales habrá que exigirles mayor frecuencia de aparición, sobre todo si pertenecen a géneros de opinión, para evitar que aparezcan lematizadas creaciones inéditas, usos individuales [...]” (Hernández, 2006, p. 185).

La interrelación entre factores diatópicos, diastráticos y diafásicos tenderá a generar un discurso altamente heterogéneo, por el hecho de que las entrevistas se producen como construcciones colectivas. Los apartados que se presentan en los resultados han examinado los principales defectos según un algoritmo de diez o más repeticiones de cada palabra. En los casos en que hemos encontrado una equivalencia entre los términos (normativos/defectuosos), la hemos agregado a la tabla de resultados para facilitar la clasificación del uso indebido¹³.

Metodología

Se ha empleado una metodología de carácter cuantitativo: el análisis de contenido. Esta es,

como asegura Cea D’Ancona (1996), una de las principales técnicas empleadas en los estudios sobre los medios de comunicación. Un análisis de contenido —como el que se ha operado— ha de reunir dos condiciones instrumentales: en primer lugar, debe afrontar el estudio del texto de manera “sistemática” y, en segundo término, adentrarse en el “nivel de superficie textual y no latente” (Velázquez, 2011, p. 117). Las inferencias que posteriormente originarán el apartado de las conclusiones se han elaborado a partir de la colección de las propiedades textuales.

Un análisis de contenido suele desarrollarse mediante la aplicación de una ficha de análisis (Cea D’Ancona, 1996). En nuestro caso, hemos optado por la organización del análisis por medio de un *software* informático, ya que deseábamos obtener la precisión y la estabilidad enunciadas por Popping (2000) al referirse al análisis de contenido informatizado. De entre los muchos programas disponibles, hemos optado por Concordance, el cual comenzó a desarrollarse en 1999 por el profesor Robert J. Watt, de la Universidad de Dundee (Reino Unido)¹⁴. En sus casi dos décadas de existencia, Concordance ha sido empleado por una vasta galería de disciplinas científicas (Barredo, 2012); el programa contabiliza las formas visibles de una manera no jerarquizada: el investigador únicamente debe trasvasar el conteo efectuado por el programa, un factor que discrimina los errores humanos.

Las unidades analizadas mediante Concordance han sido las entrevistas corales publicadas en *Marca.com* en la temporada 2010 y 2011, protagonizadas por los cinco enfrentamientos que hubo entre Real Madrid y Barcelona. Para la localización de las unidades, manejamos un algoritmo cifrado en ± 7 días sobre la fecha de los partidos, es decir, se han revisado cualitativamente todas las entrevistas corales difundidas por el cibermedio una semana antes y una semana después de cada encuentro (tabla 3).

Tabla 3. Fecha de los encuentros y de la búsqueda de las entrevistas corales analizadas

Enfrentamiento	Competición	Resultado	Fecha del encuentro	Fechas de búsqueda	Año
Barcelona-Real Madrid	Liga	5-0	29 de noviembre	22 de noviembre - 6 de diciembre	2010
Real Madrid-Barcelona	Liga	1-1	16 de abril	9 de abril - 23 de abril	2011
Barcelona-Real Madrid	Copa del Rey	0-1	20 de abril	13 abril - 27 de abril	2011
Real Madrid-Barcelona	Copa de Europa	0-2	27 de abril	20 de abril - 4 de mayo	2011
Barcelona-Real Madrid	Copa de Europa	1-1	3 de mayo	26 de abril - 10 de mayo	2011

Fuente: Elaboración propia.

Las entrevistas corales suelen tener argumentos variados, porque los entrevistadores son múltiples, como mostrábamos en un trabajo complementario (Barredo y Oller, 2013); por ello se han consensuado los siguientes determinantes para decidir la caracterización temática de las entrevistas corales:

- Cuando había más de dos preguntas relativas a los enfrentamientos entre Real Madrid y Barcelona.
- Cuando había más de dos preguntas relativas a la actualidad, protagonistas, hechos o informaciones alusivas a estos dos equipos de fútbol.

Una vez localizados los contenidos por examinar (tabla 3), las entrevistas corales se descargaron directamente desde la hemeroteca del ciberdiario. A continuación, se han unido todas esas entrevistas corales en un único fichero.

En las páginas sucesivas, por *ideantes* entenderemos no solo aquellas contribuciones originadas por los entrevistadores, sino, también, las aportaciones de los propios entrevistados. Van Dijk (2003) equipara *texto* a *discurso*; siguiendo a este autor, los

diferentes textos que componen estas formas periodísticas (citemos dos como ejemplos: las preguntas y las respuestas) se solidifican en un único discurso: el de las entrevistas corales. Pero antes de aportar los resultados dados por Concordance, se han seguido también unos pasos instrumentales, con el fin de facilitar la gestión del programa informático.

Exclusiones

Se han excluido algunos elementos tipográficos para estabilizar la objetividad de los resultados:

- Accesorios mecánicos: son aquellos que estructuran las entrevistas corales y que se sitúan en los márgenes de la información, como fecha, hora, firmas de los usuarios o de los entrevistadores.
- Accesorios procesales: son los signos de puntuación (punto, coma, punto y coma, dos puntos, comillas, exclamación e interrogación). Se han suprimido porque podrían entorpecer la tarea contabilizadora de Concordance, aunque se han mantenido esos otros signos con significados expresivos (como el asterisco, el paréntesis, etc.)¹⁵.

Recodificaciones

Se han recodificado, así mismo, algunos términos para, en la medida de lo posible, favorecer la tramitación del análisis:

- Ambigüedades: el término *Ronaldo* alude tanto a *Cristiano Ronaldo*, actual jugador del Real Madrid C. F., como a *Ronaldo Luís Nazário de Lima*, exjugador de ese club. Para evitar esa ambigüedad se han clasificado cualitativamente todas las entradas alusivas al delantero portugués bajo la etiqueta ‘CRISTIANORONALDO’.
- Nombres compuestos: de manera análoga se han recodificado todos los nombres compuestos para facilitar el recuento posterior. *Copa del Rey* se ha renombrado como ‘COPADELREY’; *Xabi Alonso*, como ‘XABIALONSO’, etc.

Palabras y caracteres del texto procesado

La preparación del material textual ha generado algunos movimientos en las cifras globales (tabla 4).

Tabla 4. Número de palabras de las entrevistas corales procesadas en *Marca.com*

Ítem	Cantidad
Palabras sin procesar	146.392
Palabras procesadas	146.433
Caracteres sin procesar	674.424
Caracteres procesados	656.012
Unidades examinadas	50

Fuente: Elaboración propia.

Fruto de la supresión de los signos de puntuación, y tras la recodificación lingüística explicada anteriormente, se ha producido un aumento

del 0,02% ($n = 41$) de las palabras respecto al material léxico preprocesado. En cambio, se ha registrado un descenso del 2,73% ($n = 18.412$) de los caracteres preprocesados. Estos porcentajes, prácticamente imperceptibles en una observación tan extensa como la que se ha llevado a cabo, se muestran solamente para incidir en la fiabilidad del análisis. Los resultados que se adjuntan a continuación tomarán como referencia los totales procesados.

Exclusiones de los resultados

Este estudio intenta cuantificar los defectos formales, por ello, para evitar una clasificación cualitativa que obligaría a eternizar el análisis, se han practicado las siguientes exclusiones:

- Diferencia entre mayúsculas y minúsculas. Hemos contabilizado separadamente las entradas en mayúsculas y en minúsculas; pero también hemos tenido en cuenta la posibilidad de la mayúscula inicial por principio de oración.
- Por las dificultades técnicas generadas debido a la alta precisión de la araña de búsqueda, se han excluido los siguientes listados homógrafos con y sin tildes: *cuándo/cuando*, *cómo/como*, *cuál/cual*, *dónde/donde*, *estás/estas*, *este/esté*, *sí/si*, *más/mas*, *él/el*, *tú/tu*, *quién/quien*, *cuánto/cuanto*, *hacia/hacia*, *se/se*, *sería/seria*.
- El análisis no ha distinguido entre el pronombre relativo *que* y el pronombre exclamativo o interrogativo *qué*, porque resulta muy complicada la cuantificación de ese elemento.

Resultados

En algunos términos hemos observado una “alta” equivalencia entre la ausencia y la presencia de tildes. Veamos la tabla 5.

Tabla 5. Correcciones e incorrecciones lingüísticas en las entrevistas corales de *Marca.com* sobre los *Clásicos* (2010-2011)

Formas normativas			Formas defectuosas								
Palabra	No.	%	Palabra	No.	%						
Además	69	0,05	ademas	11	0,01	Había	52	0,04	habia	11	0,01
Algún	56	0,04	algun	27	0,02	José	18	0,01	Jose	15	0,01
Aquí	57	0,04	aqui	15	0,01	Jugó	28	0,02	Jugo ²⁴	11	0,01
Árbitro	36	0,02	arbitro	13	0,01	Kaká ²⁵	17	0,01	Kaka	16	0,01
Así	158	0,11	Asi	27	0,02	Liga ²⁶	105	0,07	Liga	119	0,08
Aún	43	0,03	Aun ¹⁶	11	0,01	que + qué (369)	7.559	5,16	Ke ²⁷	15	0,01
Barcelona	277	0,19	barcelona	30	0,02	x	x	x	q	56	0,04
Barça ¹⁷	588	0,40	Barça	74	0,05	Madrid	817	0,56	madrid	150	0,10
X	x	X	Barca	36	0,02	Mano	24	0,02	Manita ²⁸	14	0,01
X	x	X	Barca	11	0,01	Miércoles	17	0,01	miercoles	11	0,01
X	x	X	Barsa	18	0,01	Milán ²⁹	4	0,00	Milan	10	0,01
X	x	X	Barsa	27	0,02	Mourinho	269	0,18	mourinho	17	0,01
Benzema ¹⁸	26	0,02	Benzemá	7	0,00	Opinión	85	0,06	opinion	23	0,02
Bernabéu	34	0,02	Bernabeu	37	0,03	Ozil	37	0,03	Özil ³⁰	31	0,02
Copa de Europa	6	X	Champions	117	0,08	País	20	0,01	pais	11	0,01
X	x	X	champions	45	0,03	Pareció	38	0,03	parecio	16	0,01
Clásico	26	0,02	Clasico	5	0,00	Partido	407	0,28	partidazo	15	0,01
Clásicos	6	0,00	Clasicos	1	0,00	Penalti	26	0,02	penalty	10	0,01
X	x	x	clasico	33	0,02	Periódico	32	0,02	periodico	12	0,01
X	x	x	clasicos	15	0,01	Piqué ³¹	33	0,02	Pique	14	0,01
X	x	x	Clásico ¹⁹	41	0,03	Podría	43	0,03	podria	16	0,01
X	x	x	clásicos	36	0,02	x	x	x	Premier	12	0,01
Copa ²⁰	79	0,05	Copa ²¹	86	0,06	Próxima	46	0,03	proxima	10	0,01
Copa del Rey	20	0,01	copa del Rey ²²	2	0,00	Quería	26	0,02	queria	19	0,01
Debería	50	0,03	deberia	20	0,01	Real Madrid	253	0,17	real madrid	36	0,02
Después	74	0,05	despues	69	0,05	Rey	31	0,02	Rey ³²	29	0,02
Día	143	0,10	Dia	48	0,03	Sábado	56	0,04	sabado	12	0,01
Días	83	0,06	dia	40	0,03	Semifinales	20	0,01	Semis	16	0,01
Difícil	70	0,05	dificil	16	0,01	Será	98	0,07	sera	21	0,01
Están	98	0,07	estan	18	0,01	También	178	0,12	tambien	30	0,02
Fútbol	250	0,17	Futbol ²³	80	0,05	Tenía	28	0,02	Tenia ³³	10	0,01
Guardiola	124	0,08	guardiola	15	0,01	Títulos	32	0,02	titulos	10	0,01
Gustaría	68	0,05	gustaria	39	0,03	Último	32	0,02	Ultimo	13	0,01
						Vergüenza	9	0,01	verguenza	11	0,01
						Total	12.881	8,80	Total	1892	1,29

Fuente: Elaboración propia.

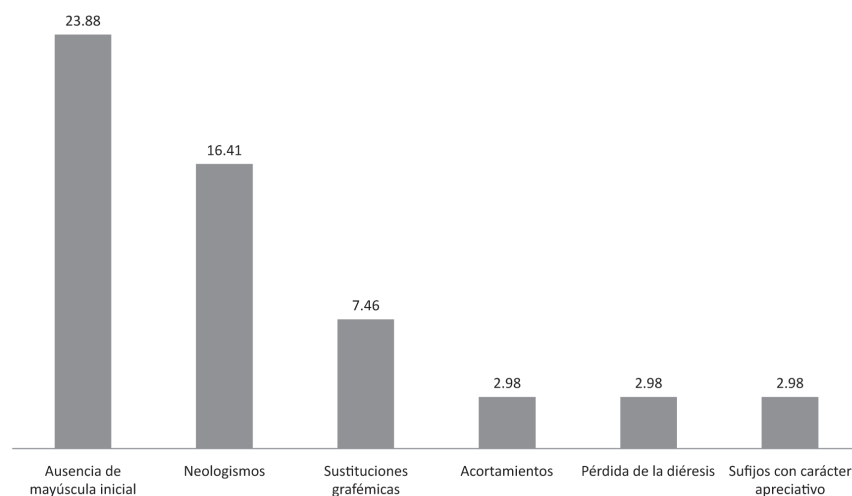
En total, hemos contabilizado 67 formas defectuosas. El porcentaje de material léxico empleado correctamente asciende al 8,80% ($n = 12.881$) sobre el total del corpus estudiado, mientras que el léxico *deformado* solo alcanza el 1,29% ($n = 1.892$) del porcentaje global³⁴. Se especifican a continuación los principales errores detectados por orden de relevancia:

- Ausencia de mayúscula inicial en nombres propios: se han contabilizado 16 formas en esta categoría³⁵, el 23,88%, por lo tanto, del material textual deformado adoleció esta característica.
- Ausencia o exceso de tildes: este es el grupo más numeroso, el cual agrupa a 39 de las 67 formas³⁶, es decir, el 58,20% de los defectos estructurales podían apuntarse a esta particularidad³⁷.
- Neologismos: en total, adjudicamos a cinco formas la etiqueta neológica³⁸, aunque en el

cómputo global alcanzaron el 16,41% con todas las variantes (plurales, alternancia de errores, etc.) de su raíz.

- Sustituciones gráficas: en este grupo archivamos cinco formas³⁹, que representaban el 7,46% del total de las formas incorrectas.
- Acortamientos: solo dos formas, con una incidencia del 2,98% sobre las deformaciones globales, mostraron este comportamiento⁴⁰.
- Pérdida o exceso de diéresis: la diéresis apareció o desapareció en dos formas de las 66 entradas clasificadas como imperfectas, con un 2,98% del total⁴¹.
- Sufijos con carácter apreciativo: finalmente, solo hallamos dos términos que agregaban a su raíz sendos sufijos apreciativos, y como en los casos anteriores, registraron un 2,98% del total de las formas erróneas⁴².

Figura 1. Deformaciones textuales (en porcentaje) en las entrevistas corales de *Marca.com* sobre el *Clásico* (2010-2011)



Fuente: Elaboración propia.

En la figura 1 organizamos el tipo de deformaciones que hemos encontrado en las entrevistas corales de *Marca.com* sobre el *Clásico* (2010-2011).

El cómputo global de los defectos rebasa el 100%, porque algunas de las formas tenían más de un tipo de imperfección.

Neologismos

Para averiguar qué porcentaje de lenguaje creativo hay en las bajas frecuencias de las entrevistas corales vamos a emplear una técnica contrastiva. En algunos trabajos previos analizamos la cobertura de los clásicos en *Marca.com*. En total, y descontando las entrevistas corales de la cifra global, hallamos en esos textos utilizados para medir otros aspectos, las palabras y unidades expuestas en la tabla 6.

Como puede observarse, las 50 entrevistas corales prácticamente ocupan tanto espacio como la mitad de la cobertura global de *Marca.com*, representada por 985 unidades de análisis. Pero la cifra realmente interesante sucede al visualizar el número de palabras únicas presentes en cada tratamiento⁴³ (tabla 7).

Si observamos en la tabla 7, la media de palabras únicas en las coberturas del Clásico es proporcionalmente superior en las entrevistas corales que en las formas ciberperiodísticas *profesionalizadas*. Pensamos que la individualización del lenguaje —más habitual en las entrevistas corales— produce ese desequilibrio, porque el emisor coral es más abultado que el emisor organizacional.

Lenguaje elaborado

Para elaborar las figuras 2 y 3, que muestran la distribución de la longitud de las palabras, hemos utilizado una opción facilitada por el programa Concordance. El primero de ellos recoge el tamaño de las palabras de la cobertura de *Marca.com* sobre el Clásico (2010-2011), descontadas por motivos obvios las entrevistas corales.

Tabla 6. Número y media de palabras sobre el Clásico (2010-2011)

<i>Marca.com</i> (sin entrevistas corales)			<i>Marca.com</i> (solo entrevistas corales)		
Unidades totales	Palabras totales	Media de palabras	Unidades totales	Palabras totales	Media de palabras
985	306.522	311,18	50	146.392	2.927,84

Fuente: Elaboración propia.

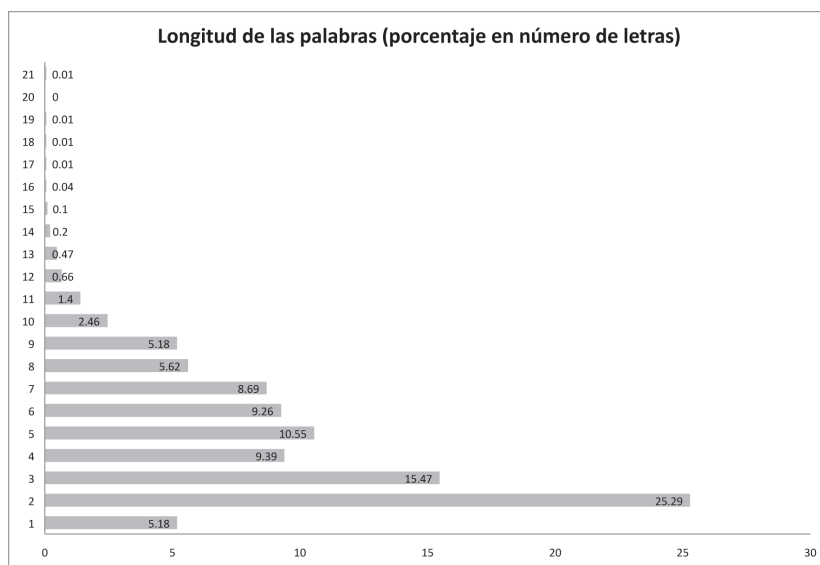
Tabla 7. *Types* y *tokens* en las coberturas sobre el Clásico (2010-2011)

<i>Marca.com</i> (sin entrevistas corales)			<i>Marca.com</i> (solo entrevistas corales)		
Palabras únicas	Palabras corrientes	Media de palabras únicas	Palabras únicas	Palabras corrientes	Media de palabras únicas
22.188	306.522	13,81	13.440	146.392	10,88

Fuente: Elaboración propia.

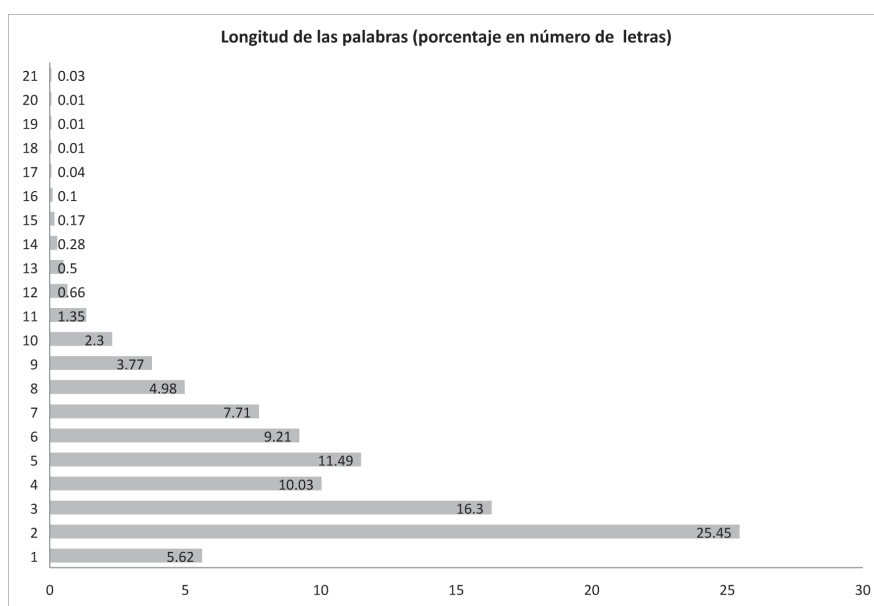
En la figura 3 recogemos la longitud de las palabras contenidas en las entrevistas corales de *Marca.com* alusivas al Clásico (2010-2011).

Figura 2. Longitud de las palabras de la cobertura de *Marca.com* (sin entrevistas corales) sobre el Clásico (2010-2011)



Fuente: Concordance. Elaboración propia.

Figura 3. Longitud de las palabras de la cobertura de *Marca.com* (solo entrevistas corales) sobre el Clásico (2010-2011)



Fuente: Concordance. Elaboración propia.

Si nos fijamos en ambas figuras, el porcentaje de palabras de 1 a 10 letras, globalmente, es mayor en los textos redactados exclusivamente por los miembros de la redacción del cibermedio, con un 97,09% total; pero las entrevistas corales —que contienen tanto las aportaciones de los *ideantes* como las respuestas de los entrevistados— alcanzan ligeramente mayores cuotas en la horquilla de las 10 a las 21 letras (con un 3,16% total, en este grupo), e incluso en algunos ítems prácticamente duplican las frecuencias de los significantes *profesionales*, por ejemplo en las 17 letras, donde visualizamos un 0,04% del material léxico de las entrevistas corales, por el 0,01% que aparece en el conjunto de los otros textos.

Conclusiones

Se ha observado cómo a partir del objeto de estudio de este artículo (basado en el análisis del fenómeno lingüístico, el uso del lenguaje y la interacción entre los usuarios dentro de las entrevistas corales de los enfrentamientos entre el Real Madrid C. F. y F. C. Barcelona) existe un lenguaje específico y común (todos los hablantes intervienen sobre un fenómeno: los clásicos). Lenguaje en el que las tendencias estructurales de las entrevistas corales muestran cómo los *ideantes* evitan en gran medida las deformaciones lingüísticas vinculadas con los *chats*.

En los primeros tiempos de internet, los usos del lenguaje tendían a describirse superficialmente, en trabajos pioneros como los de Marcos Marín (1998). Sin embargo, consideramos que los análisis lingüísticos, superada ya esa efervescencia inicial, han de emplear nuevos métodos de aproximación y clasificación, para evitar generalizaciones inaceptables, en nuestra opinión, como la que sigue: “Pero lo que preocupa mayormente de este lenguaje es que se redacta sin tantos reparos por la ortografía ni por las reglas sintácticas provocando un desinterés generalizado por la buena escritura sobre todo entre los más jóvenes⁴⁴. Se abrevia tanto que a menudo nos convertimos en verdaderos peritos taquígrafos” (Devís, 2004, p. 78).

Ese *desinterés* —que la autora extiende a todo el lenguaje abreviado de internet— tiene que ser concretado según su frecuencia de aparición en las distintas tipologías textuales. Porque internet ha generado una pluralidad cada vez más abarcable de los discursos, de modo que las abreviaturas de los *chats* están tan emparentadas con las de las entrevistas corales, como las que emplean los estudiantes de primer curso para redactar sus apuntes y las que usamos los investigadores en los trabajos académicos.

En las entrevistas corales los hablantes adoptan una actitud colectiva informativa, porque son conscientes de que sus textos —sus preguntas— pasarán de lo íntimo a lo publicado. En ese sentido, llama la atención el elevado respeto a las normas ortográficas, porque los fallos detectados parecen más bien debidos a factores de adaptación contextual (como el ritmo inherente a la escritura informática).

Las conclusiones generales podrían esbozarse en los ejes de sentido expuestos a continuación.

Mantener los neologismos colectivos

Los *ideantes*, en vez de introducir una vasta cantidad de neologismos, utilizan los que aparecen en la cobertura periodística del ciberdiario, o los que están generalizados por el uso. La palabra *Champions League*, por ejemplo, no solo es más corriente que el desusado *Copa de Europa*, sino que es la forma correcta, según consta en la web oficial de la UEFA, en su versión en lengua española⁴⁵.

Adaptar los extranjerismos al español

La *seriedad* informativa que adopta el emisor *ideante* se percibe en algunos rasgos cualitativos de los términos estudiados. En el apellido del jugador francés del Real Madrid, *Benzemá* —con esa terminación aguda, infrecuente en español—, los participantes de las entrevistas corales prefieren imponer una pronunciación de palabra llana —*Benzema*—, más habitual en la lengua española⁴⁶. Sin embargo, la utilización mayoritaria

de la mayúscula inicial en ese apellido revela que existe un conocimiento medio-alto de la norma. Pensemos que el fútbol impone una complicación lingüística, ya que asegura una constante transfusión de extranjerismos, derivada de la propia internacionalización de los protagonistas o los elementos que integran el juego, pero a esas injerencias se añaden los factores diatópicos que enunciábamos al comienzo de este trabajo: la multiplicidad geográfica de los *ideantes*. La eliminación de los rasgos característicos de una lengua —por ejemplo, la tilde en el apellido ejemplificado— supone un intento colectivo de neutralizar las diferencias, para conseguir un lenguaje más accesible a la mayoría.

Discriminar el uso de las tildes

Esta es una de las principales características del lenguaje de las entrevistas corales. Los *ideantes* discriminan la añadidura de las tildes no exclusivamente por desconocimiento, sino, sobre todo, por mantener un ritmo en la escritura. Pero es muy indicativo del tipo de emisor que aparece en estas nuevas formas ciberperiodísticas el hecho de que la tendencia colectiva, en prácticamente todos los casos estudiados, prefiere el uso mayoritario de las tildes.

Discriminar el uso de la diéresis

La diéresis es un recurso que, en nuestra opinión, tiende a extinguirse, porque reúne dos desventajas importantes en la era del ciberespacio:

- En los teclados de los hispanohablantes la opción de este signo se encuentra radicada aisladamente. Para accionarla hay que pulsar dos teclas, lo cual detiene el proceso de escritura.
- Esa complicación se agrava en el caso de los dispositivos móviles.

Ya hemos explicado que el lenguaje de la informática se diferencia por la velocidad (que, de algún modo, intenta *imitar* la oralidad), más que por la estética; por la funcionalidad, más que

por la ortografía. La velocidad tipográfica ha sido relacionada con los lenguajes de los medios audiovisuales (Armentia, Caminos, *et al.*, 2000), pero también con aspectos como el coste de la conexión de los soportes informáticos (Devís, 2004).

Discriminar el uso de las mayúsculas de algunos nombres propios

Aunque la tendencia mayoritaria, como en el apartado anterior, prefiere el empleo normativo (la mayúscula inicial), sí se ha notado una injerencia de la minúscula al comienzo de algunos nombres propios. Esa deformación podría venir motivada, así mismo, por cuestiones técnicas: la dificultad de formar la mayúscula en los dispositivos de conexión a internet (teléfonos móviles, pantallas interactivas, etc.)⁴⁷.

Deformaciones degradantes

En algunos nombres hemos detectado deformaciones degradantes relacionadas con un intento de burlarse de los valores, o los representantes, de los otros equipos. *Marca.com*, que tiende a reflejar más los asuntos del Real Madrid C. F. que los del F. C. Barcelona, acoge por lo tanto a una comunidad más cercana a los valores madridistas que a los de los culés. De ahí procede la mayor cantidad de errores deliberados que hemos encontrado en las alusiones al equipo catalán.

Relativa ausencia de barbarismos ortográficos

Una de las sorpresas del análisis, concretada a partir de la revisión *una a una* de las casi 150.000 palabras cotejadas, es la relativa ausencia de barbarismos ortográficos dentro de las macro tendencias estructurales. Por barbarismos nos referimos a la falta de la hache inicial, al intercambio de *b* por *v*, etc. No olvidemos que, como comentábamos al inicio de este trabajo, los *ideantes* que frecuentan *Marca.com* proceden de contextos culturales o geográficos muy distantes entre sí, por lo que apriorísticamente cabía esperar todo tipo de taras textuales.

Lógica aritmética

Escribir en un teclado es un proceso estrechamente influenciado por la precisión: el emisor ha de vehicular su mensaje mediante su composición tipográfica. Parece lógico pensar —y así lo hemos comprobado en el análisis— que a mayor frecuencia de aparición de algún término, encontraremos mayores posibilidades de toparnos con algún error.

Conceptos más elaborados

La longitud de las palabras, mayor en las entrevistas corales que en las otras informaciones sobre el Clásico de *Marca.com*, señala los indicios de una mayor elaboración conceptual. En estas formas dialógicas, los *ideantes* incurrir en numerosas estrategias compositivas, de carácter expresivo⁴⁸, frente a la relativa estabilidad de los textos *profesionalizados*, anclados en frecuencias de palabras de menor tamaño.

Concentración de rasgos orales

Hemos hallado una relativamente escasa concentración de rasgos orales. Y añadimos *relativamente*, porque si comparamos nuestro análisis con algunos trabajos sobre los *chats*, podemos concluir solo por rasgos cuantitativos que nos encontramos ante dos textos morfológicamente distintos. Si comparamos los resultados con los de los textos profesionales sobre la cobertura del Clásico, sí podemos visualizar una mayor injerencia de términos determinados por su oralidad: sufijos apreciativos, aparición de consonantes por su valor fonético (como el reemplazo de la *ç* por la *s*), etc.

Pero pensamos que la oralidad que se detecta en estos textos está íntimamente relacionada con el estar *ideante* en internet: un aspecto del cual nos ocupamos ya en un estudio complementario a este análisis lingüístico (Barredo y Oller, 2013).

En un *chat*, el usuario intuye que sus emisiones van a ser almacenadas únicamente en la memoria de su receptor, por lo que sus mensajes tienden a concentrar multitud de rasgos orales, reveladores del ritmo que intenta imprimir a la conversación. En las entrevistas corales, en cambio, como señalábamos páginas atrás, el *ideante* sabe que sus aportaciones se difundirán en un medio de comunicación, y que se archivarán en la hemeroteca del diario junto con las otras contribuciones (entrevistas, reportajes, noticias, crónicas, etc.). Ese cambio de motivación (de texto íntimo a texto publicado) modifica, en nuestra opinión, la forma de la escritura; la oralidad subyace en las entrevistas corales, pero no de una manera tan habitual como en los *chats*, por ejemplo.

La interrelación de estos factores denota la aparición de una conciencia colectiva informativa, un aspecto que apuntamos como conclusión general y sobre el que incidiremos en otros trabajos. El interés principal de este artículo, además de las conclusiones mostradas páginas atrás, consiste en la aportación de una nueva metodología eficaz para observar la evolución de las macrotendencias estructurales de un idioma. En futuros estudios convendría desarrollar análisis lingüísticos focalizados, determinados por realidades ajenas a la información deportiva. Sería muy interesante, por ejemplo, comparar los defectos hallados en las entrevistas corales de *Marca.com* con los de los ciberdiarios de otros países hispanohablantes o los de información general.

Referencias

- Albadalejo, T. (2009). La poliacroasis en la representación literaria: un componente de la retórica cultural. *Castilla. Estudios de Literatura*, 0, 1-26.
- Araújo, M. E., & Melo, S. (2003). Del caos a la creatividad: los chats entre lingüistas y didactas. En: C. López Alonso, & A. Séré (Eds.). *Nuevos géneros discursivos: Los textos electrónicos* (pp. 45-62). Madrid: Biblioteca Nueva.
- Armentía, J. I., Caminos, J. M., Elexgaray, J., Marín, F., & Merchán, I. (2000). *El Diario Digital. Análisis de los contenidos textuales, aspectos formales y publicitarios*. Barcelona: Bosch.
- Barredo, D. (2012). *El tabú de la expresividad real. Análisis del tratamiento informativo del rey Juan Carlos I en ABC.es y ELPAÍS.com (2009 - 2011)*. (Tesis doctoral, Málaga, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Málaga).
- Barredo, D., & Oller, M. (2012). Las entrevistas corales de MARCA.com: un ejemplo de periodismo ideante. *Actas del IV Congreso Internacional Latina de Comunicación Social*. Universidad de La Laguna (Tenerife), diciembre 2012. Recuperado de http://www.revista-latinacs.org/12SLCS/2012_actas/118_Barredo.pdf.
- Barredo, D., & Oller, M. (2013). La secuencia ideante: un nuevo tipo de texto periodístico según las entrevistas corales de MARCA.com. *Fonseca, Journal of Communication*, 6, 1-25. Recuperado de <http://fjc.usal.es/images/stories/fonseca/documents/articles/numero6/la%20>
- Bowman, S., y Willis, C. (2003). We media: how audiences are shaping the future of news and information. *The Media Center at the American Press Institute*. Recuperado de http://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media.pdf.
- Bruns, A. (2008). The active audience: transforming journalism from gatekeeping to gatewatching. En: C. Paterson, & D. Domingo (Eds.). *Making online news: the ethnography of new media production* (pp. 171-184). New York: Peter Lang.
- Carpi, E. (2002). Internet: voz pública, voz privada. *Coloquio Programa Galanet. Textos electrónicos e informatización didáctica*. Madrid, 20 de Noviembre de 2002.
- Casas Gómez, M. (1993). Consideraciones sobre la variación diafásica. *Pragmalingüística*, 1, 99-124.
- Casas Gómez, M., & Escoriza Morera, L. (2009). Los conceptos de diastratía y diafasía desde la teoría lingüística y la sociolingüística variacionista. En: M. V. Camacho Taboada, J. J. Rodríguez Toro, & J. Santana Marrero (Eds.). *Estudios de lengua española: descripción, variación y uso. Homenaje a Humberto López Morales* (pp. 151-178). Madrid: Iberoamericana/Vervuert.
- Cea D'Ancona, M. Á. (1996). *Metodología cuantitativa. Estrategias y técnicas de investigación social*. Madrid: Síntesis.
- Crystal, D. (2002). *El lenguaje e Internet*. Madrid: Cambridge University Press.
- Devís, A. (2004). El español en la red: ¿destrucción o reforma del lenguaje? *Actas XXII del Congreso de AISPI*, 71-88. Recuperado de http://cvc.cervantes.es/literatura/aispi/pdf/20/II_06.pdf.
- Fontanarrosa, R. (Ed.) (2003). *Cuentos de fútbol argentino*. Buenos Aires: Alfaguara.
- Galeano, E. (2005). *El fútbol a sol y a sombra*. Madrid: Siglo XXI.
- Hernández, J. A. (2006). Neologismos, medios de comunicación y lexicografía. Por unas necesarias interrelaciones. En: F. Vilches Vivancos (Coord.). *Creación neológica y nuevas tecnologías* (pp. 167-188). Madrid: Dykinson.

- Llisterri, J. (2002). Marcas fonéticas de la oralidad en la lengua de los chats: elisiones y epéntesis consonánticas. *Revista de Investigación Lingüística*, 2(5), 61-100.
- Marcos Marín, F. (1998). La lengua española e Internet. *Semiosfera*, 9, 5-14.
- Mayans, J. (2000). El lenguaje de los chats. Entre la diversión y la subversión. *Revista iWorld*, 29. Recuperado de <http://www.cibersociedad.net/archivo/articulo.php?art=27>.
- Mayans, J. (2003). De la incorrección normativa en los chats. *Revista de Investigación Lingüística*, 2(5), 101-116.
- Morala, J. R. (2001). Entre arrobas, eñes y emoticones. *II Congreso Internacional de la Lengua Española. El español en la Sociedad de la Información*. Valladolid, 16-19 de octubre de 2001. Recuperado de http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/valladolid/ponencias/nuevas_fronteras_del_espanol/4_lengua_y_escritura/morala_j.htm.
- Oller, M., & Barredo, D. (2012). *La Sociedad de los Ideantes: Repensando los conceptos de opinión y esfera pública y las teorías democráticas relacionadas con el fenómeno comunicativo ciudadano*. Tenerife: Sociedad Latina de Comunicación Social.
- Paniagua Santamaría, P. (2009). *Cultura y guerra del fútbol. Análisis del mensaje informativo*. Barcelona: Editorial uoc.
- Pinto Lobo, M.R. (2001). Periodismo alfabético y alfanumérico, una relación de simbiosis digital. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 7. Recuperado de http://www.ucm.es/info/perioI/Period_I/EMP/Numer_07/7-4-Comu/7-4-06.htm.
- Popping, R. (2000). *Computer-assisted text analysis*. Londres: Sage.
- Sabido, V. (1993). El análisis lexicométrico del crecimiento del vocabulario: estado de la cuestión y nuevas perspectivas. *Procesamiento del Lenguaje Natural*, 13, 237-243.
- Sánchez Ceballos, L. M. y Sánchez Upegui, A. (2010). Usos académicos del chat y estrategias lingüísticas en la comunicación virtual sincrónica. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, 30, 10-35.
- Sanmartín Sáez, J. (2009). La escritura dinámica de una comunidad virtual: el chat. *Congreso de Pragmática del Español hablado, 17-20 de noviembre*, Universitat de València. <http://www.uv.es/~pragm/segna/segna.htm>
- Valdano, J. (Ed.) (1995). *Cuentos de fútbol 1*. Madrid: Alfaguara.
- Valdano, J. (Ed.) (1998). *Cuentos de fútbol 2*. Madrid: Alfaguara.
- Van Dijk, T. A. (2003). La multidisciplinariedad del análisis crítico del discurso un alegato a favor de la diversidad. En R. Wodak, & M. Meyer (Eds.). *Métodos de análisis crítico del discurso* (pp. 143-177). Barcelona: Gedisa.
- Velázquez, T. (2011). *Técnicas cuantitativas: el análisis de contenido*. En L. Vilches (Coord.). *La investigación en comunicación. Métodos y técnicas en la era digital*, 117-141. Barcelona: Gedisa.
- Yus, F. (2002). El chat como doble filtro comunicativo. *Revista de Investigación Lingüística*, 2(5), 141-169.
- Yus, F. (2003). La lengua de los medios en la Red y su interpretación. En J. Díaz Noci, & R. Salaverría Aliaga (Coords.). *Manual de redacción ciberperiodística* (pp. 309-352). Barcelona: Ariel.
- Yus, F. (2005). Attitudes and emotions through written text: The case of textual deformation in Internet chat rooms. *Pragmalingüística*, 13, 147-174.
- Yus, F. (2010). *Ciberpragmática 2.0. Nuevos usos del lenguaje en Internet*. Barcelona: Ariel.

Notas

1. La *sociedad de los ideantes*, concepto acuñado como un desarrollo de la *sociedad de la información*, se origina ante la participación generalizada y colectiva de los ciudadanos mediante el aprovechamiento de las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (Oller y Barredo, 2012).
2. A diferencia del trabajo citado, de tipo descriptivo estructural, en este artículo nos ceñiremos exclusivamente al estudio lingüístico de las entrevistas corales.
3. Según datos consultados el 5/10/2012, de <http://www.alexacom/siteinfo/marca.com>.
4. Para la elaboración de este apartado se han tenido en cuenta las explicaciones teóricas de Casas (1993) y Casas y Escoriza (2009).
5. Según *Alexa.com* (véase nota 3). *Marca.com* es el único periódico digital deportivo auditado por la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD), pero es un dato confuso, porque su promedio no permite comparar a esta cabecera con otros ciberdiarios de su orientación específica. Datos consultados el 12/10/2012, de: http://www.ojd.es/OJD/Portal/diarios_ojd/_4DOSpuiQo1Y_FOivPcLIIA.
6. Para poder enviar una pregunta a una entrevista coral, antes hay que registrarse en la comunidad de usuarios y obtener una especie de pasaporte virtual concedido por el cibermedio y representado por una contraseña, un perfil, etc.
7. Este material fue elaborado con información tomada de: <http://www.alexacom/siteinfo/marca.com>. Datos consultados el 5/10/2012.
8. En esta descripción nos limitamos a las nociones diastráticas apegadas a la lingüística, y no a la sociolingüística, ante la imposibilidad de obtener datos diagenéticos o diasexuales, siguiendo la distinción establecida por Casas y Escoriza (2009, p. 170).
9. También nosotros hemos notado en nuestra descripción, como han advertido Casas y Escoriza (2009, p. 161), "demarcaciones fronterizas" entre los factores diafásicos y los diastráticos.
10. El lenguaje de las entrevistas corales evolucionó expresivamente a partir del lenguaje de los *chats*, en el cual Carpi (2002) también ha apreciado numerosas injerencias orales dentro del texto.
11. Como ya hemos explicado anteriormente, los *chats* anteceden en muchos aspectos las entrevistas corales. En cualquier caso, queremos destacar que este es el primer estudio lingüístico sobre las entrevistas corales, por lo que hemos tenido que contextualizar nuestra investigación con una bibliografía relacionada, aunque no específica.
12. Según el DRAE, consultado el 13/10/2012, de <http://lema.rae.es/drae/?val=af%C3%A9resis>.
13. Consideramos que los términos *normativos* son aquellos que se atañen al conjunto de normas ortográficas de la lengua española, en tanto que los *defectuosos* presentan algún tipo de anomalía.
14. Para más información sobre la trayectoria profesional del profesor Watt se aconseja la visita de su página web académica: <http://www.dundee.ac.uk/english/about/staff/robwatt/>.
15. Como observamos en el análisis etnográfico, complementario a este trabajo, *Marca.com* tiende a censurar los *emoticonos*, es decir, esas formaciones expresivas que se adhieren a los textos para significar estados anímicos. La exclusión procesal, por ello, no ha afectado esas curiosas combinaciones, básicamente porque el filtrado del ciberdiario las discrimina automáticamente (Barredo y Oller, 2012, 2013).
16. Se han contado las formas que pueden sustituirse por *todavía*.
17. En la web oficial del Fútbol Club Barcelona se emplean indistintamente las formas *Barcelona* y *Barça*. Datos consultados el 04/07/2013, de <http://www.fcbarcelona.com/>
18. Karim Benzema, jugador francés del Real Madrid, en la web oficial aparece su apellido sin la tilde final, a pesar de que en el español oral tienden a pronunciarse como una palabra aguda. Datos consultados el 04/07/2013 de: <http://www.realmadrid.com/cs/Satellite/es/1193040475259/1202775157983/jugador/Jugador/Benzema.htm>
19. Se refiere al Clásico, nombre asignado a los enfrentamientos entre Real Madrid y Barcelona. También se aplica el mismo significado a la forma en minúscula y plural.
20. Alude a la Copa del Rey.
21. Se refiere únicamente a la Copa del Rey.
22. Se han incluido, de forma orientativa, dos versiones defectuosas: "*Copa Del Rey*" y "*Copa del rey*".
23. El DRAE mantiene esta entrada como opcional, con o sin tilde. Consultado el 19/10/2012 de: <http://lema.rae.es/drae/?val=futbol>.
24. Alusivo al verbo *jugar*, y no al sustantivo.
25. Alude a Ricardo Izecson dos Santos Leite, conocido como *Kaká*, jugador brasileño del Real Madrid. Datos consultados el 04/07/2013 de: <http://www.realmadrid.com/cs/Satellite/en/1193040475259/1202773533340/jugador/Jugador/Kaka.htm>
26. Se refiere a la Liga de Fútbol Profesional, el campeonato de fútbol español.
27. No se han detectado formas al equivalente con tilde: *ké*.
28. Se utiliza este sufijo para constituir un nuevo significante, en alusión a un conocido enfrentamiento entre el Real Madrid y el Barcelona que terminó en 5-0 a favor del equipo azulgrana.
29. Alude a la ciudad de Milán (Italia) o bien a alguno de los clubes de fútbol radicados en este emplazamiento: Inter de Milán, AC Milán.
30. Mesut Ozil, jugador del Real Madrid, en la web oficial del club de fútbol consta sin la diéresis. Datos consultados el 04/07/2013 de: <http://www.realmadrid.com/cs/Satellite/en/1193041476158/1330012508587/jugador/Jugador/Ozil.htm>

31. Alude a Gerard Piqué, jugador del F. C. Barcelona. En la página del club se escribe su apellido con tilde. Datos consultados el 04/07/2013 de <http://www.fcbarcelona.com/football/first-team/staff/players/pique/biography>
32. Alude a Juan Carlos I, rey de España.
33. Del verbo *tener*.
34. Un análisis más preciso, que incluyese los términos excluidos y explicados páginas atrás, aumentaría el porcentaje de imperfecciones textuales. Los porcentajes que se ofrecen, por tanto, tienen un valor ilustrativo.
35. *barcelona, Barça, barca, barsa, champions, clasico, clásicos, clásico, clásicos, copa, Guardiola, liga, madrid, mourinho, real madrid, rey*.
36. *Ademas, algun, aquí, arbitro, asi, aun, Benzemá, Bernabeu, Clasico, Clasicos, clasico, debería, despues, dia, días, difícil, estan, futbol, gustaria, habia, Jose, jugo, Kaka, miercoles, Milan, opinion, país, parecia, periódico, Pique, podría, proxima, queria, sabado, sera, tambien, tenia, titulos, ultimo*.
37. Hemos incluido en el análisis el nombre propio *José*, a pesar de que tiende a escribirse sin tilde para marcar una pronunciación llana, *Jose*.
38. *Champions, Clásico, manita, penalty, Premier*.
39. *Barca, barca, Barsa, barsa, ke*.
40. *q, semis*.
41. *Ózil, verguenza*.
42. *manita, partidazo*.
43. Las *palabras únicas (types)*, son: "<...> cada palabra diferente que forma parte de un discurso" (Sabido, 1993, p. 237), mientras que las *palabras totales* o *corrientes (tokens)* son las ocurrencias de esos *types*.
44. La falta de esa tilde, paradójicamente, se encuentra tal cual en el original de este artículo que sanciona algunos usos del español en internet.
45. Consultado el 09/07/2013 de: *UEFA.com*
46. Al momento de la redacción de este artículo se mantenía en los medios de comunicación la redacción original —en francés, con la terminación en aguda— del apellido del jugador Karim Benzema. Posteriormente, el uso generalizado impuso incluso en la web oficial del club la conversión al español —y transformación del apellido en palabra llana—, tal y como hemos mencionado páginas atrás.
47. En muchos de estos dispositivos para accionar la mayúscula hay que presionar sobre una tecla especial, una operación sencilla que, sin embargo, resta tiempo a la comunicación.
48. Esa *expresividad* se observa en la diferencia de palabras únicas halladas en unos textos y en otros.