

La interactividad discursiva en los cibermedios. Dimensiones, categorías e indicadores para su análisis

Discursive interactivity in cybermedia. Dimensions, categories and indicators for its analysis

Molina Rodríguez, L., Bermúdez Sánchez, M., y Lugones Muro, M.



Linnet Molina Rodríguez. Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas (Cuba)

Doctoranda del programa de Doctorado en Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad de La Habana, Máster en Ciencias de la Comunicación Social y Profesora Auxiliar de Teoría de la Comunicación y Metodología de la Investigación en el Departamento de Periodismo de la Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas. Investiga temas relacionados con la cultura profesional de los emisores y la lingüística aplicada al estudio del discurso periodístico en medios impresos y digitales.

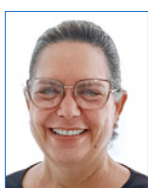
<https://orcid.org/0000-0003-4760-4023>, linnetmolinarodriguez@gmail.com



Madeleyne Bermúdez Sánchez. Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas (Cuba)

Doctora en Ciencias Lingüísticas, Máster en Lingüística Hispánica, es Profesora titular de Lingüística General y Análisis del Discurso en la Universidad Central Marta Abreu de Las Villas. Investiga en el área de fonética suprasegmental y aplicada, pragmalingüística y análisis del discurso.

<https://orcid.org/0000-0003-0916-2359>, madeleynebermudezsanchez@gmail.com



Mónica Lugones Muro. Universidad de La Habana (Cuba)

Doctora en Ciencias de la Comunicación, Máster en Ciencias de la Comunicación Social, es Profesora titular de Teoría y Metodología de la Investigación en Comunicación en la Universidad de La Habana. Investiga en el área de los estudios epistemológicos, teóricos y metodológicos de la comunicación y el análisis del discurso.

<https://orcid.org/0000-0001-5876-2903>, monica.lugones@gmail.com

Recibido: 7-03-2025 – Aceptado: 14-07-2025

<https://doi.org/10.26441/RC24.2-2025-3956>

RESUMEN: Propósito: El objetivo es fundamentar una propuesta teórico-metodológica para estudiar la interactividad discursiva desde una perspectiva transdisciplinar que trascienda la descripción estructural y cuantitativa de medios. Se asumen presupuestos sociológicos sobre la interacción y los fundamentos del análisis del discurso –como disciplina teórica y método científico– para proponer un concepto de interactividad que atiende a la doble materialidad del término: como estructura y proceso. **Metodología:** La teoría fundamentada deviene estrategia metodológica, y se complementa con el método bibliográfico-documental y el análisis del discurso. Mediante muestreo teórico, codificación, comparación constante y saturación teórica se determina una categoría que emerge como central, para la que se establecen: definición conceptual, dimensiones, subcategorías e indicadores. **Resultados y conclusiones:** Sustentada en los estudios sobre participación en línea y comunicación mediada por computadora, la investigación comprende que el discurso de los cibermedios se realiza a través de una unidad textual compleja, compuesta por el mensaje periodístico y los comentarios de los usuarios. Así, la interactividad discursiva en los cibermedios se define como un proceso colaborativo de producción de significados, mediado por las tecnologías, del que participan emisores y usuarios en el ciberespacio. **Aporte original:** El concepto de interactividad discursiva propuesto permite elaborar una guía metodológica de análisis en la que se integran subcategorías e indicadores que responden a seis dimensiones de la categoría: comunicación de creencias desde el nivel semántico-pragmático del discurso, mediación del contexto, hipertexto con función semántica, función y alcance de la participación en línea y procesos de interacción social mediados por la tecnología.

Palabras claves: interactividad; análisis del discurso; comentario del usuario; noticia digital; participación en línea; cibermedios; interacción; contenido generado por el usuario; comunicación mediada por computadora; propuesta teórico-metodológica; Cubadebate.

ABSTRACT: Purpose: The aim of this article is to establish a theoretical-methodological proposal to study discursive interactivity from a multidisciplinary perspective different from the traditional structural and quantitative media research. The sociological definition of interaction and the basis of discourse analysis –as a theoretical discipline and scientific method– are assumed to propose a concept of interactivity that addresses the double materiality of the term: as a structure and a process. **Methodology:** Grounded theory becomes a methodological strategy and is complemented by the bibliographic-documentary method and discourse analysis. By means of theoretical sampling, codification, constant comparison and theoretical saturation, a category is determined that emerges as central, for which the following are established: conceptual definition, dimensions, subcategories and indicators. **Results and conclusions:** With the theoretical support of studies on online participation, user-generated content and computer-mediated communication, it is understood that the discourse of cybermedia is carried out through a complex textual unit, composed of the journalistic message and the user comment on digital news. Thus, discursive interactivity in cybermedia is defined as a collaborative process of meaning production, mediated by technologies, in which both broadcasters and users participate in cyberspace. **Original contribution:** Based on the proposed concept of discursive interactivity, a methodological analysis guide is developed that integrates subcategories and indicators that respond to six dimensions of the category: communication of beliefs from the semantic-pragmatic level of discourse, mediation of context, hypertext with a semantic function, function and scope of online participation, and social interaction processes mediated by technology.

Keywords: interactivity; discourse analysis; user comment; digital news; online participation; cyber media; interaction; user-generated content; computer-mediated communication; theoretical-methodological proposal; Cubadebate.

1. Introducción

La interactividad constituye objeto de discusión académica tanto para estudios centrados en las características de las tecnologías que posibilitan la participación de los individuos en entornos comunicativos como para las disciplinas que desde la Comunicación y otras especialidades afines examinan en qué medida los espacios mediados por computadora reproducen procesos de interacción similares a los que se suscitan durante el contacto cara a cara. Estas investigaciones se agrupan taxonómicamente alrededor de tres variables: el medio (la tecnología como soporte y facilitadora), el proceso (intercambio de información entre dos o más actores) y el usuario (la perspectiva de los participantes) (Oblak Črnič y Jontes, 2017; Qiao, 2019).

Se identifican dos tendencias fundamentales: un enfoque centrado en la dimensión estructuralista del concepto y que propone entenderlo como capacidad (Rost, 2006), potencialidad (Jensen, 1998; Sádaba, 2000) o cualidad (Chung, 2008) de los *new media* para proveer a las audiencias opciones para modificar el flujo tradicionalmente unidireccional de la comunicación, y un posicionamiento teórico que podemos clasificar como sociocognitivo, que se sustenta en los estudios sociológicos sobre la interacción, entiende la interactividad como un proceso y revela la dimensión colaborativa de la construcción de significados en el ciberespacio.

Siguiendo la concepción estructuralista surgen propuestas de análisis de contenido para identificar la presencia de opciones (Baños-Moreno et al., 2017), herramientas (Varas-Alarcón y González Arias, 2016) o recursos (Ladino Marín et al., 2022) interactivos que proveen los sitios web; trabajos que caracterizan el *engagement* de clientes y las actitudes de compra en línea (Tong y Chan, 2023), el periodismo de inmersión y realidad aumentada (Vázquez-Herrero y Pérez-Seijo, 2022) y las narrativas transmedia (Vázquez-Herrero, 2021); así como estudios críticos sobre las herramientas de personalización del consumo mediático que conducen a la atomización y fragmentación sociales (Bruns, 2019; Masip et al., 2019).

Desde el enfoque –menos extendido– que entiende la interactividad como proceso se pone énfasis en las prácticas sociales (Limia Fernández et al., 2014) y en las actitudes y competencias cognitivas de los actores de la comunicación (Bucy, 2004; Bucy y Newhagen, 2004). Se confiere relevancia a la percepción de quien participa de procesos interactivos, pues de nada sirve que un cibermedio tenga interfaz interactiva si el usuario no lo aprecia así (Yang y Shen, 2018). Estos estudios delimitan entre medios tradicionales y cibermedios basados en las potencialidades de estos últimos para propiciar que los usuarios produzcan contenido y significado mediante un proceso complejo de diálogo con el emisor y con sus textos, “que convierte al usuario en coautor de esos textos” (Ladino Marín et al., 2022, p. 55).

Sin embargo, un concepto “definitivo e inclusivo” debería considerar la interactividad como una variable al mismo tiempo comunicativa, tecnológica y psicológica (López García et al., 2012, p. 10), que refiera tanto el rol mediador y facilitador de la tecnología como las dimensiones cognitivas, sociales y lingüísticas que se suceden en el marco de las interacciones humanas mediadas por computadora.

Teniendo en cuenta lo anterior en este artículo se fundamenta una propuesta teórico-metodológica para el análisis de la interactividad discursiva en los cibermedios. Con el sustento teórico del análisis del discurso, disciplina teórica y método científico que explica las relaciones entre lenguaje y sociedad, se propone asociar los términos *discurso* e *interactividad* en una misma categoría, lo que es resultado de –y conduce a– una comprensión transdisciplinar y sociocognitiva de la interactividad.

El propósito es ofrecer un instrumento de investigación para describir los intercambios emisor-usuario, usuario-texto y usuario-usuario(s) mediante el análisis sistemático de las estructuras y niveles de un tipo particular de práctica discursiva: el discurso de los cibermedios, el cual se realiza a través de una unidad textual compleja, compuesta por el mensaje periodístico y los comentarios de los usuarios a la noticia digital.

La investigación propone un concepto de interactividad discursiva en los cibermedios atendiendo a dos propiedades de esta categoría: la producción colaborativa de significados entre emisores y usuarios y la mediación de la tecnología. Ello es coherente con el reclamo académico de desarrollar ambos aspectos de la interactividad: lo tecnológico y lo experiencial (Limia Fernández et al., 2014), al tiempo que contribuye a trascender el enfoque de análisis estructural y cuantitativo de medios, más generalizado en los trabajos contemporáneos sobre el tema.

Resultan transversales al estudio tres presupuestos fundamentales: los diálogos epistemológicos entre los conceptos de interacción e interactividad, la noción de discurso desarrollada por las corrientes lingüísticas pos-estructuralistas y la simbiosis entre interactividad y participación.

Se reconocen las intersecciones entre lengua, contexto, significado y acción (Vázquez Carranza, 2020) y el rol central de la interacción social en los procesos de negociación de significados (Longo y Benvenga, 2021). En el plano lingüístico se asume el enfoque sociocognitivo del análisis del discurso (Van Dijk, 2014), que entiende el discurso como forma específica de uso del lenguaje en situaciones de interacción social e incorpora las estructuras cognitivas individuales y socialmente compartidas como parte de la triada discurso-cognición-sociedad. Asimismo, se acude a los estudios sobre contenido generado por el usuario y discurso mediado por computadora (Hermida y Thurman, 2008; Lastra, 2016; Singer y Ashman, 2009), que toman como punto de partida la participación del usuario en el ciberespacio y estudian la conducta social y lingüística de los hablantes en diferentes tipos de entornos virtuales (Giammatteo, 2014), con énfasis en el comentario de los usuarios a la noticia digital (Manosevitch y Tenenboim, 2017).

Estudios recientes dan cuenta de la plataformización del consumo de contenidos informativos, con notables implicaciones sobre la función social del periodismo (Humanes y Saperas, 2025)

y con una incidencia sobre la comunicación pública de manera general (Basanta Vázquez y Azurmendi, 2025), lo que supone la necesidad de orientar la investigación académica en Comunicación hacia la manera en que los hábitos de los usuarios repercuten sobre la transformación de los sistemas mediáticos (Sagárnaga Giles, 2025). En Cuba, escenario en el que se desarrolla la presente investigación, tanto los sitios de redes sociales digitales como la sección de comentarios en los cibermedios constituyen plataformas con una marcada incidencia sobre la comunicación mediática, toda vez que devienen espacios de denuncia pública y debate colectivo sobre temas que resultan silenciados o no encuentran un tratamiento acertado por parte del sistema de medios público-estatales del país; de ahí la relevancia del presente estudio.

2. Sistematización teórica

2.1. La interactividad como estructura y proceso

El escenario infocomunicativo marcado por la (r)evolución de las tecnologías modifica por igual todas las fases de la comunicación (Manovich, 2005) y provee nuevas posibilidades para la participación de las audiencias, lo que reconfigura la comprensión del rol atribuido al periodismo y a los *mass media*. Castells (2001) describe la sociedad red como un tipo de sociedad interactiva, donde la comunicación basada en la tecnología representa lo verdaderamente percibido como comunicación. Así, la interactividad se concibe como el rasgo que más distingue al ciberperiodismo del periodismo tradicional (Barredo-Ibáñez et al., 2017; Pinto Garzón et al., 2018; Rost, 2006; Salaverría, 2019) y representa un término central desde el cual se describe la comunicación en el ciberespacio.

Aun cuando el uso del término interactividad se remonta al inicio de la televisión interactiva y el teletexto (Barredo-Ibáñez et al., 2017), desde las primeras definiciones hay una alusión directa a la acción (de los sujetos), más que al soporte (del medio). Así se aprecia en la definición pionera de Sheizaf Rafaeli, quien propone una concepción amplia, no reducible a la comunicación mediática, y alude, de manera implícita, a la interacción: “*interactivity is an expression of the extent that in a given series of communication exchanges any third (or later) transmission (or message) is related to the degree to which previous exchanges referred to even earlier transmissions*” (1988, p. 111).

Definiciones más contemporáneas sobre el término, circunscritas al ámbito específico de la comunicación en línea, asumen como referente el trabajo realizado por Bordewijk y Kaam (1986), quienes estudian el tráfico de información en sistemas informáticos basados en cuatro patrones: transmisión (posibilidades de elección ante sistemas unidireccionales), consulta (habilidad potencial del usuario para elegir entre una selección de información), registro (habilidad potencial del medio para registrar datos de los usuarios y responder a sus necesidades) y conversación (capacidad del sistema para que el usuario produzca o introduzca su propia información).

Siguiendo tales premisas, se entiende la interactividad como la capacidad gradual de un medio de comunicación para otorgar mayor poder a sus lectores-usuarios en la construcción de la actualidad, al ofrecerles posibilidades de selección (interactividad selectiva) y de expresión y comunicación (interactividad comunicativa) (Rost, 2006, p. 15). Van Looy y Mechant (2014) distinguen entre interactividad abierta, que favorece el rol productivo del usuario, e interactividad cerrada, válida para evaluar un desempeño restringido de navegación o lectura selectiva.

La interactividad, por tanto, no solo representa una cualidad positiva de los medios tecnológicos sino que explica un comportamiento social mediatizado en el que se experimentan procesos comunicativos que evolucionan al ritmo creativo de la actividad recíproca (Rosero Herrera, 2016, p. 41), lo que advierte sobre las limitaciones de una concepción ceñida a la estructura y características del canal de comunicación.

2.2. Aportes de la noción sociológica de la interacción: la interactividad como intercambio de significado

Las investigaciones que entienden la interactividad como factor más experiencial que tecnológico (Bucy, 2004) parten de asumir los nexos teóricos con el concepto de interacción. Reconocen que el término interactividad suele reemplazar el de interacción (Van Dijk y de Vos, 2001), constituye una derivación de este (Johnson et al., 2006) o se emplea para describir un tipo específico de interacción social mediada: la que ocurre en el espacio en línea (Bucy, 2004; Chung, 2008; Jensen, 1998).

Varios son los aportes de la concepción sociológica de la interacción a la comprensión de la interactividad desde una dimensión que podemos definir como sociocognitiva. Bajo la máxima de que “todo está determinado socialmente”, Goffman (1983) define la interacción como el comportamiento específico que los sujetos asumen cuando tienen la cercanía física de otros; un tipo de actividad no completamente casual o arbitraria, pues las personas interactúan como miembros de grupos sociales, exteriorizan construcciones colectivas que reproducen la sociedad en su totalidad y responden a normas o reglas de conducta.

Durante la interacción el sujeto se expone a la aceptación o la sanción del otro, por lo que se atiene a reglas (descriptivas y prospectivas) que operan tanto a nivel individual (o moral) como a nivel del sistema social (y su tendencia al equilibrio). Estas reglas funcionan como obligaciones (propias) y como expectativas (con relación al otro) y se corresponden con las propiedades situacionales que rodean la interacción (Goffman, 1983; Persson, 2018). A esta dimensión social se incorpora lo cognitivo en tanto se entiende que el lenguaje y la comunicación devienen facilitadores de la interconexión entre individuo y sociedad: favorecen el uso de símbolos significantes a través de los cuales el sujeto construye una interpretación sobre sí mismo y anticipa la reacción del otro (Persson, 2021; Pons, 2010).

Se reconocen cuatro principios fundamentales de la interacción: la indexicalidad o alusión a un significado solo comprensible en el contexto de su enunciación; la construcción social de la realidad como acto colectivo de negociación de significados; la reflexividad o correspondencia entre interpretación de una situación y personalidad del sujeto que interpreta; y la comunicabilidad o búsqueda de la forma de hacer inteligibles nuestras actividades (Garfinkel, como se citó en Pons, 2010).

Aunque inicialmente se define la interacción en función de intercambios que suceden mediante cercanía física o contacto cara a cara, muchos de estos principios resultan pertinentes para explicar la interacción en el entorno virtual, aunque quedan supeditados a condicionantes que impone la tecnología: la moderación del emisor, el carácter asincrónico de los intercambios, el anonimato (Persson, 2021).

Desde esta perspectiva, Quiring y Scheiger (2008) definen la interactividad como el resultado de una compleja interacción entre acción, evaluación de la situación e intercambio de significado, y proponen asumir un enfoque comunicacional que reemplace el estrictamente cibernético. Sundar y otros (2016) formulan la variable “interactividad del mensaje” para referirse a una categoría al mismo tiempo sensorial, conductual y semántica, que exige reconocimiento, participación mutua y esfuerzo cognitivo del usuario. Este posicionamiento dialoga con las definiciones teóricas del hipertexto, a través del cual se convida al usuario a simular el proceso asociativo propio del cerebro humano durante la adquisición de nuevos conocimientos (Manovich, 2005).

Así, el hipertexto aparece definido como recurso de interactividad (Deuze, 2003; Salaverría, 2019), pues deviene forma multidireccional de estructurar y de acceder a la información en los entornos digitales, y denota una “naturaleza” co-participativa al conferirle al usuario la posibilidad semiótica de ser co-creador del texto (Marín-Casanova, 2015).

Más que transmisión de contenido, en el escenario infocomunicativo en línea se da la co-construcción social del sentido, basada en –e influenciada por– la infraestructura técnico-mediática y sus mecanismos de organización e institucionalización. Ello otorga relevancia a la co-presencia digital y las nuevas formas de creación de sentido en comunidades conectadas (Averbeck-Lietz, 2018). Se trata, asimismo, de un escenario donde sobresale la naturaleza textual o discursiva de las comunidades virtuales, con una interacción orientada, principalmente, a la gestión de la identidad (individual o colectiva) (Yus Ramos, 2020).

Comprender la interactividad como *proceso* implica dar cuenta de la acción de los sujetos involucrados en eventos comunicativos y del uso (cognitivo) que cada participante haga de los dispositivos que provee la tecnología para referirse al contenido propuesto por los demás y fomentar, a su vez, nuevas interacciones, en un continuo intercambio de significados.

2.3. La participación en línea como categoría inherente a la interactividad

Los pioneros estudios sobre interactividad propiciaron una subsiguiente explosión bibliográfica en torno a la participación –entendida como derivación del carácter interactivo de la Web (Limia Fernández et al., 2014)– e identificaron la presencia de “fórmulas participativas” que tratan de dinamizar la comunicación mediante la intervención de los destinatarios en la actividad, contenido y funcionamiento de los medios y en los mensajes a los que esa intervención da lugar (Herrera Damas, 2006). La Web 2.0 valida la relación de interdependencia entre las categorías interactividad y participación (Martínez Rodríguez, 2005; Limia Fernández et al., 2014), y se define esta última como el tipo de acción específica que realiza el usuario y que le otorga reciprocidad al proceso comunicativo en el ciberespacio.

El “paradigma de la participación” sustituye el “de la comunicación de masas” (Hermida y Thurman, 2008; Peters y Witschge, 2015) en un contexto donde la noción de “cultura participativa” contrasta con la visión del espectador mediático pasivo: más que hablar de roles separados de productores y consumidores mediáticos, hoy se trata de participantes que interaccionan conforme a un nuevo conjunto de reglas (Jenkins, 2006, p. 15).

De acuerdo con Martínez Rodríguez (2005), los cibermedios pueden propiciar la participación previa a la publicación del contenido, la participación posterior o añadida (sin que sea posible modificar el contenido original publicado por el medio), y la coparticipación o coproducción (cuando el usuario colabora con los emisores en la elaboración de contenidos). Así, se definen dos modalidades de periodismo: participativo o colaborativo, donde periodistas y audiencias toman parte juntos en la elaboración, publicación, diseminación e interpretación de la información (García de Torres, 2010), y el periodismo interactivo, variante donde el emisor recibe la retroalimentación de la audiencia en forma de comentario añadido a la noticia previamente publicada en la Web (Alsaedi, 2021). En esta segunda variante discursiva se genera un contenido que puede adquirir la forma de comentario a la noticia (Manosevitch y Tenenboim, 2017), reacciones de valoración o colaboración con el medio en la diseminación de la información.

En el caso de los comentarios a la noticia digital se ha identificado una fase temprana en la deliberación en línea, con un carácter más cuantitativo que cualitativo (Gil Ramírez y Gómez de Travesedo, 2021), pues todavía deben ser mayores los niveles de intercambio y retroalimentación, y persisten desigualdades en las posibilidades de acceso a plataformas participativas. Mientras algunos señalan al mundo digital como la esperanza para la promoción del compromiso cívico, la pluralidad del discurso político y el incremento de la vigilancia pública y ciudadana del poder, desde enfoques más críticos se advierte de procesos de radicalización, fragmentación y polarización de la opinión pública (Fleig y von-Scheve, como se citó en Luengo et al., 2021), así como incivilidad y conversación tóxica en la Web 2.0 (Quandt, 2023). De ahí la importancia de estudiar las implicaciones de la participación en línea cuando se analizan los procesos interactivos en la Web.

2.4. El contenido generado por el usuario y los comentarios a la noticia digital

El contenido generado por el usuario se define como cualquier tipo de texto, datos o acción realizada por un usuario de sistemas en línea, mediante canales manejados de manera independiente (Alsaeedi, 2021; Santos, 2022). Constituye una característica definitoria de la Web 2.0 (Manosevitch y Tenenboim, 2017) y encierra tres condiciones: se trata de una contribución personal, debe ser publicado y exige trabajo creativo y productivo realizado fuera de las prácticas periodísticas profesionales (Antonopoulos et al., 2020; Naem y Okafor, 2019).

Alfred Hermida y Neil Thurman (2008) lo definen como el proceso donde cualquier persona tiene la posibilidad de hacer contribuciones a las publicaciones editadas profesionalmente; mientras Gruszynski Sanseverino y de Lima Santos (2021) lo valoran como una estrategia para alcanzar lectores. Constituye, no obstante, una realidad generalizada, independientemente de que su alcance responda a dinámicas económicas o tenga más o menos implicaciones sobre el empoderamiento ciudadano.

Susan Herring (2007) legitima la denominación de comunicación mediada por computadora (CMC) para describir una práctica discursiva que debe ser estudiada desde perspectivas transdisciplinarias y centrada en la mediación de la tecnología en la estructuración de un nuevo contexto comunicativo y un proceso continuo de configuración discursiva.

La comunicación en línea como género discursivo representa una tipología interactiva, constituida por textos generalmente breves que pueden formar parte de sistemas de construcción conjunta de significado, pero que constituyen en sí mismos textos autónomos, y que buscan generar respuesta verbal en el interlocutor. Se definen como un texto colectivo, relato múltiple y heterogéneo construido a partir de diferentes fragmentos producidos por muchos autores, la mayoría de ellos anónimos (Cantamutto y Vela Delfa, 2020).

Los comentarios de los usuarios a las noticias digitales constituyen una tipología textual dentro del género discursivo de la CMC de carácter dialógico e interactivo (González Manzanero, 2020), que favorece un modo descentralizado de presentar la información, pues incorporan detalles, profundizan y relatan historias ignoradas por los periodistas en las noticias (Bruns, 2018), y generan lo que Castells (2007) define como auto-comunicación de masas, con predominio de interacción y debate público.

Forman parte de una tipología de texto donde confluyen el mensaje periodístico (forma estática del discurso que responde a una tipología convencional de género discursivo) y los comentarios de los lectores (dimensión interactiva del texto, portador de los rasgos de la comunicación informal) (Bruce, 2011; Moya Muñoz, 2016). Así, se genera una unidad textual resultado de la concatenación de ambos géneros discursivos, descrita como: compuesta (el texto periodístico más un número indeterminado de comentarios), compleja (cada texto depende de otro(s) texto(s)), colectiva (participan una indeterminada cantidad de autores) y abierta (el punto de cierre es arbitrario y no implica necesariamente que el debate alcanzara un cierre conclusivo) (González Arias, 2014).

Se trata de un discurso que encierra la voz de la sociedad y la voz individual de quien escribe, pues el texto precedente se torna objeto de crítica, parodia, valoración, referente o instancia de identificación (Sal Paz, 2013), y permite al usuario intervenir en procesos de interacción social o formas especiales de intercambios comunicativos tecnológicamente mediados (Bucy, 2004), visibles a partir de la relación que se establece entre un discurso y los discursos que le preceden.

La complejidad de las formas de CMC supone cambios en las prácticas sociales y discursivas y en la investigación lingüística (Pérez, 2013), ahora orientada hacia la nueva funcionalidad del texto y el discurso toda vez que la mayoría de las interacciones sociales ocurren en el espacio virtual, con el lenguaje “como soporte material de esta dimensión de la realidad” (Noblía, 2014, p. 120). De ahí la pertinencia de enfoques teórico-metodológicos que permitan delimitar, desde las prácticas discursivas, la dimensión sociológica y cognitiva de la interactividad.

2.5. Perspectiva semántico-pragmática del análisis del discurso: enfoque metodológico para el estudio de la interactividad discursiva

La disciplina del análisis del discurso (AD) resulta trascendental para la presente investigación: constituye uno de los referentes teóricos para definir la interactividad discursiva y aporta la perspectiva metodológica desde la cual se diseña la ficha de análisis que se propone. Se asume el enfoque sociocognitivo propuesto por Van Dijk (2014), quien explica cómo las ideologías, en tanto sistemas de creencias que organizan las actitudes sociales grupales, desempeñan un rol central en la producción y comprensión discursivas. Esta propuesta resulta perfectamente aplicable a una concepción de la interactividad como proceso que supone -y evidencia- los procesamiento cognitivos que realizan los sujetos en su interacción con otros.

El discurso constituye un acto de comunicación de conocimientos, creencias, actitudes, representaciones sociales (Van Dijk, 2009) donde se superponen el plano formal (incluidos estructura y significado del texto) y el plano de la acción (lo que se pretende con la enunciación) (Cortés y Camacho, 2003). Su estudio requiere análisis semánticos, que den cuenta de las formas de organización y estructuración del significado, y análisis pragmáticos, centrados en los efectos que se pretenden producir durante la interacción.

Desde la dimensión semántica, el tema o tópico constituye una categoría ampliamente estudiada, y aparece descrita en tres niveles de organización y desarrollo: clausal o local, párrafo o episodio y texto o discurso global. Las llamadas proposiciones constituyen estructuras que refieren el sentido de una cláusula u oración que hace referencia a estados, sucesos o acciones en tanto características lingüísticas relevantes para la representación del significado textual. A nivel global, en cambio, se entiende que los usuarios del lenguaje procesan el texto a través de una operación de resumen que distingue la esencia y descarta la información irrelevante para atribuirle un sentido final (Cortés y Camacho, 2003). Ello es posible debido a la presencia de una estructura de significado global (macroestructura semántica) que, expresada a través de una macroproposición, constituye la reconstrucción teórica sobre el tema o asunto global de un texto (Cortés y Camacho, 2003, p. 46).

La pragmática da cuenta del significado como resultado del uso del lenguaje en el contexto de actividades socioculturalmente tipificadas; describe la conducta verbal que ponen en práctica los individuos para conseguir su objetivo en la interacción con los demás (Escandell, 2006). Presta especial atención a la cognición social, entendida como aquello que permite conceptualizar y categorizar la realidad sobre la base de dos habilidades o facultades de la mente: el sistema cognitivo inferencial que se encarga de procesar el enunciado, y el sistema cognitivo social, que contrasta la información obtenida con información social previamente almacenada (Escandell, 2006).

Una de las teorías pragmáticas más ampliamente desarrollada en el estudio del discurso digital lo constituye la teoría de los actos de habla (Cortés Kandler y Arroyo Carvajal, 2021; Sancho Sieiro, 2018), la cual explica el lenguaje como acción y caracteriza las intenciones comunicativas o efectos que pretenden producir los hablantes cuando emiten un enunciado (Escandell, 2006). Esta teoría establece que toda emisión lingüística es portadora de tres tipos de actos de habla, simultáneamente: el acto locucionario (lo que se dice), el ilocucionario o ilocutivo (la acción que se realiza) y el perlocucionario o perlocutivo (el efecto que el acto ilocucionario produce sobre el oyente) (Austin, 1962).

Desde la dimensión pragmática, el AD pondera la categoría de contexto, entendida desde dos perspectivas diferentes: como variable estrictamente verbal (el llamado *cotexto*), referida a las relaciones entre secuencias de palabras, frases y actos de habla dentro de un texto o conversación, y como variable social o no verbal, que alude a los aspectos sociohistóricos y situacionales que rodean el evento comunicativo y que resultan posiblemente pertinentes para la producción, estructura, interpretación y funciones del texto y la conversación (Van Dijk, 1999, p. 266).

3. Metodología

La teoría fundamentada (TF), desde un enfoque constructivista, constituye el procedimiento sobre el cual se asienta metodológicamente este trabajo. Al decir de Strauss y Corbin, “debido a que las teorías fundamentadas se basan en los datos, es más posible que generen conocimientos, aumenten la comprensión y proporcionen una guía significativa para la acción” (2012, p. 14), de ahí su pertinencia para el diseño y fundamentación de una propuesta teórico-metodológica.

La TF se sustenta en un modelo circular de la investigación cualitativa en el que la generación de presupuestos teóricos constituye fin último y punto de partida para la búsqueda y análisis de nuevos datos. Pandit (1996) define cinco fases o etapas, no estrictamente secuenciales, de aplicación del método, que abarcan el diseño de la investigación, la recopilación, ordenamiento y análisis de los datos y la comparación con la literatura. A estas fases corresponden cuatro procedimientos: muestreo teórico, codificación, comparación constante y saturación teórica (Strauss y Corbin, 2012).

Asimismo, la TF debe complementarse con otros métodos empíricos, pues los conceptos, categorías y proposiciones se desarrollan mediante la recopilación y procesamiento de datos con relación al fenómeno objeto de estudio (Pandit, 1996; Strauss y Corbin, 2012). En la presente investigación se emplean el método bibliográfico-documental (BD) y el análisis del discurso (AD) (Van Dijk, 2014), con la integración de los presupuestos propios de la comunicación mediada por computadora (Herring, 2007).

El método BD se emplea a lo largo de todo el trabajo, apoyado en el análisis crítico de la literatura consultada. En una primera etapa permite sistematizar los referentes teóricos fundamentales sobre el objeto de estudio y estructurar la codificación abierta, en la que se identifican categorías estrechamente relacionadas con la interactividad y que aparecen descritas en la literatura científica desde perspectivas diversas e, incluso, contrapuestas, lo que delineó la necesidad de establecer una categoría, no definida hasta el momento, que integrara todos los conceptos relacionados con el fenómeno a estudiar. Se establece, así, la *interactividad discursiva* como categoría central, la cual se define desde un enfoque transdisciplinar.

Una vez establecidos los presupuestos y principios teóricos generales desde los cuales definir la categoría, se emplea el método del AD para verificar en la práctica tales referentes teóricos y complementar la codificación axial de la categoría, es decir, delimitar las subcategorías e indicadores que permitirán su medición y evaluación en diferentes escenarios.

Para aplicar el AD se selecciona como unidad de análisis a *Cubadebate*, cibermedio que nace en el 2003 afiliado al sistema de medios públicos y estatales cubanos, y cuya interactividad con los usuarios le otorga exclusividad a los contenidos publicados. Como criterios de selección se asumieron los siguientes: constituye un cibermedio nativo digital, lo que evita los sesgos profesionales que provienen de la migración del soporte matricial a la Web; cuenta con secciones de participación en línea de los usuarios, específicamente, espacio para los comentarios a la noticia digital; se trata del sitio .cu más consultado por los internautas conectados desde Cuba¹; y ostenta los mayores niveles de participación de los usuarios, pues recibe como promedio 1000 comentarios diarios (Suñol Robles, 2019).

En la sección de comentarios a las noticias digitales este medio ha estimulado una política institucional favorable para el intercambio de opiniones diversas sobre temas sensibles que atraviesan la sociedad, por lo que actualmente ocupa un lugar privilegiado en la articulación de debates entre los cubanos (Ramírez Hernández y Salgueiro Marques, 2019); de ahí su pertinencia para el presente estudio.

¹ <https://www.alexacom/siteinfo/cubadebate.cu>

Mediante la sistematización bibliográfica se estableció un sistema de indicadores semántico-pragmático para el AD que incluyó: tema (global y local), actos de habla, mediación del contexto, alcance de la participación del usuario conectado en línea y procesos de interacción social tecnológicamente mediados. Se seleccionaron tres muestras correspondientes a temas y marcos temporales diferentes, a fin de identificar la naturaleza contextualizada de los procesos objeto de estudio. Un primer corpus corresponde al mes de marzo de 2020, cuando comienzan a reportarse los primeros pacientes enfermos de Covid-19 en Cuba. En esta etapa es posible apreciar parte del debate social que generó la fiscalización sobre la gestión gubernamental durante una situación completamente nueva para la población y las instituciones públicas. Se obtuvo un corpus de 24 trabajos periodísticos a los que corresponden 6984 comentarios de los usuarios.

Tabla 1. Estrategia metodológica para la aplicación de la teoría fundamentada

Procedimiento	Tarea	Resultados
Fase de diseño de investigación		
Muestreo teórico inicial	Revisión bibliográfica-documental	Generación del marco teórico inicial: identificación de los presupuestos teóricos generales que sustentan el estudio de la interactividad
		Identificación de indicadores semántico-pragmáticos para aplicar el análisis del discurso
Fases de recolección y ordenamiento de datos		
Muestreo teórico adicional	Revisión bibliográfica-documental sistemática y aplicación del análisis del discurso	Recogida organizada y triangulada de datos provenientes de la teoría y la práctica: de los datos arrojados por el análisis del discurso se establecen nuevos indicadores que son contrastados con la literatura científica
Fase de análisis de datos		
Codificación	Codificación abierta	Delimitación de conceptos vinculados a la interactividad
		Desarrollo de conexiones entre los conceptos y presupuestos teóricos desde los que se definen las categorías
	Codificación axial	Integración de referentes para construir un marco teórico desde el cual definir la <i>interactividad discursiva</i> como categoría de análisis central o principal
		Identificación de principios teóricos sobre los que se debe asentar el concepto de <i>interactividad discursiva</i>
	Codificación selectiva	Delimitación de dimensiones y subcategorías que le confieren claridad y especificidad a la categoría
	Codificación selectiva	Establecimiento de relaciones entre subcategorías y conceptos e identificación de indicadores que permitan evaluar y medir la <i>interactividad discursiva</i> en escenarios diversos
Saturación teórica	Muestreo teórico hasta que es posible alcanzar la completa comprensión de la categoría <i>interactividad discursiva</i>	Diseño de una guía teórico-metodológica para el análisis de la <i>interactividad discursiva</i> (De la consulta de nuevas fuentes teóricas no emergen nuevos conceptos o categorías que aporten a la teoría en desarrollo; la categoría y las subcategorías están plenamente definidas y operacionalizadas)
Fase de comparación de datos		
Comparación constante	Comparación de la teoría emergente con la literatura existente	Se mejoran y perfilan las definiciones propuestas y las relaciones sugeridas entre categorías

Fuente: Elaboración propia con base en Pandit (1996).

El segundo marco temporal se ubica en marzo de 2022, cuando el tema de la emigración cubana acaparó titulares en la prensa nacional, luego de que el gobierno de Panamá estableciera nuevas regulaciones de visado para los viajeros cubanos de tránsito por su país, lo que desató un fuerte malestar social, con su correspondiente correlato en la prensa y en los espacios informativos en línea. En este periodo se obtuvo un corpus de 15 trabajos periodísticos sobre el tema migratorio en *Cubadebate*, con un total de 1226 comentarios.

Finalmente, se decide conformar un tercer corpus con noticias de temáticas variadas, pero que refirieran tópicos representativos del entorno social, político y económico cubano, a fin de profundizar en el estudio del debate generado desde los comentarios de los usuarios. Se seleccionan las nueve noticias que más comentarios generaron en el mes de mayo de 2024, relacionadas con los siguientes temas: inflación monetaria, alimentación, transporte, bancarización, seguridad social, situación electro-energética y política de precios. A estos trabajos corresponden un total de 1107 comentarios.

Los resultados obtenidos con la aplicación del AD permitieron delimitar mejor la categoría de análisis así como establecer subcategorías e indicadores para medir las dimensiones del concepto propuesto. Mediante la revisión bibliográfica-documental se comparan los resultados obtenidos con investigaciones similares y opuestas y se complementa la definición de los conceptos. Este proceso da como resultado el diseño de una guía teórico-metodológica que, en forma de ficha o instrumento de investigación, constituye uno de los principales aportes del presente trabajo.

En la tabla 1 se resume la estrategia metodológica seguida en la investigación. Para cada fase del estudio se describen los resultados alcanzados en correspondencia con los procedimientos de la TF y los métodos empíricos empleados.

4. Resultados: fundamentación de la propuesta teórico-metodológica

4.1. Concepto de interactividad discursiva en los cibermedios: principios teóricos generales para su formulación

Mediante la sistematización bibliográfica-documental se establecen presupuestos generales en relación con el estudio de la interactividad, y se identifican seis conceptos relacionados o afines: interacción, participación en línea, comentarios de los usuarios a la noticia digital, discurso de los cibermedios, hipervínculo y contexto. Así, se delineó un marco teórico transdisciplinar desde el cual definir la *interactividad discursiva* que abarca presupuestos provenientes de la sociología del conocimiento, el interaccionismo simbólico, la etnometodología, la sociolingüística, la ciberpragmática, el análisis del discurso mediado por ordenador, los estudios sobre el contenido generado por el usuario, el análisis del discurso y la teoría pragmática de los actos de habla.

Lo anterior da como resultado la formulación de 11 principios teóricos sobre los cuales se asienta el concepto que se propone en la presente investigación: 1) La interactividad como una categoría de doble materialidad conceptual: como estructura y proceso; 2) La interactividad como una forma especial, mediada, de interacción, entendida esta última como proceso de interpretación de la acción recíproca entre dos o más usuarios; 3) La tecnología como una dimensión mediadora de la interactividad, que deviene, en sí misma, construcción social y cultural; 4) La participación en línea como un tipo de acción específica que le otorga reciprocidad al proceso comunicativo y permite a los usuarios intervenir o modificar los resultados de los procesos de los que forma parte en el ciberespacio; 5) El usuario como coautor de los mensajes que consume en el ciberespacio; 6) El hipervínculo como recurso semántico de interactividad; 7) El texto y el lenguaje escrito como espacios centrales para las interacciones en el ciberespacio; 8) El discurso como uso del lenguaje en situaciones de interacción social; 9) La construcción de significados desde una dimensión semántico-pragmática; 10) El contexto como dimensión que condiciona

los procesos de producción y comprensión de significados; y 11) El discurso de los cibermedios como una tipología discursiva compleja, que se realiza a través de un texto abierto, compuesto por el mensaje periodístico y los comentarios de los usuarios a la noticia digital.

Tomando como base los principios teóricos anteriores, se formula el siguiente concepto de *interactividad discursiva en los cibermedios*: *proceso contextualizado y colaborativo de producción de sentidos, tecnológica y sociocognitivamente mediado, que ocurre en el ciberespacio como resultado de las opciones que facilita el emisor para el consumo no lineal y personalizado de los contenidos periodísticos y la participación del usuario conectado en línea, quien se convierte en coautor del discurso de los cibermedios e interviene en procesos de interacción social con el emisor y con otros usuarios.*

4.2. Dimensiones del concepto de interactividad discursiva

Tanto la revisión bibliográfica-documental como el análisis empírico realizado permitieron formular seis dimensiones del concepto de interactividad discursiva, las cuales se definen a continuación; se ofrecen, además, algunos ejemplos del análisis empírico realizado que permitieron formular y, a la vez, validar, tales dimensiones.

1) Comunicación de creencias desde el nivel semántico-pragmático del discurso de los cibermedios

Desde el enfoque sociocognitivo que propone Van Dijk para el análisis del discurso se entiende que los sujetos se apoyan, para la comprensión y producción discursivas, en marcos colectivos de percepción o representaciones sociales, entre las que se ubican el conocimiento (individual, de grupo y cultural), las actitudes (opiniones socialmente compartidas) y las ideologías (Van Dijk, 2014). Estas últimas se entienden como sistemas de creencias fundamentales socialmente compartidos por los miembros de grupos sociales, que se manifiestan en forma de actitudes específicas y se articulan mediante esquemas ideológicos a través de los cuales los miembros de los grupos sociales definen sus propiedades (*ingroup*), intereses, objetivos, normas, valores y relaciones con (miembros de) otros grupos (*outgroup*). No solo se expresan y reproducen a través del discurso, sino que controlan las prácticas sociales grupales, incluidas las discursivas (Cárdenas Neira, 2017; Van Dijk, 2016).

Desde la dimensión semántico-pragmática del discurso que se realiza a través de dos tipos de textos, el mensaje periodístico y los comentarios de los usuarios, se produce un proceso colaborativo de construcción social de la realidad, mediado, además, por el sistema de creencias desde el cual los sujetos se sienten identificados o diferenciados con respecto a grupos sociales. Se le otorga relevancia al tema como subcategoría semántica que organiza y estructura el texto y su comprensión, y a los actos de habla como subcategoría pragmática que devela la mediación del contexto en la interpretación discursiva.

En el análisis empírico realizado, al determinar los temas discursivos de las noticias y de sus correspondientes comentarios se comprueba que la producción de significados en *Cubadebate* se enriquece ampliamente por los usuarios, quienes aportan los matices de la realidad social cubana y se contraponen a un discurso laudatorio y optimista presente en las noticias. En el caso de los trabajos relacionados con la Covid-19, la propia gravedad de la situación epidemiológica condicionó que los comentarios estuvieran dirigidos, principalmente, a expresar el temor por el contagio de la enfermedad, así como la confianza o desconfianza en el sistema de salud y el Gobierno cubanos para enfrentar la situación epidemiológica. Los trabajos periodísticos, en cambio, se apegaron a una línea eminentemente informativa, que reportaba cifras y datos oficiales, y resultaron carentes de cualquier valoración u opinión periodísticas.

En la muestra correspondiente a 2022, mientras los mensajes periodísticos buscan politizar el tema de la emigración cubana, según se aprecia desde los propios titulares (ej.: *Sucesos en la embajada de Panamá en La Habana confirman impacto de la política migratoria estadounidense hacia*

Cuba; y *Metáfora de la isla en fuga y otros mitos (anti)cubanos*), los comentarios de los usuarios, en cambio, enfatizan la idea de que la emigración constituye un fenómeno complejo, no reducible a factores políticos, sino fuertemente condicionado por razones de índole económica.

Asimismo, la manera en la que se construyen o reproducen los criterios de identificación-diferenciación en las noticias y en los comentarios contribuye a comprender los procesos de (co)producción de significados. En los textos periodísticos se configura un *ingroup* en el que pueblo, país y Estado constituyen una unidad con un objetivo común: el desarrollo económico y el bienestar del pueblo, como se aprecia en los siguientes ejemplos correspondientes al tercer corpus de análisis:

[1] (...) todavía persisten, en no pocas ocasiones, conductas evasoras que urge identificar y enfrentar, en aras de incrementar los ingresos al Presupuesto del Estado, cuyo principal beneficiario es el pueblo. ⁽²⁾

[2] “Hay un grupo de propuestas que se han venido presentando al Gobierno para poder concretar una actuación efectiva y que tenga el reconocimiento popular, como realmente se requiere, porque todos tenemos que incidir en eso”, dijo el ministro. ⁽³⁾

En los comentarios, sin embargo, se observa una fragmentación que polariza entre pueblo y Estado: como pueblo, los usuarios no se sienten representados por las instituciones del Estado cubano, a las que responsabilizan por la ineficiencia para atender los problemas económicos del país⁴:

[3] La solución es q el estado tome cartas en el asunto porque el q sufre las consecuencias es el pueblo. [9 MAYO 2024, 9:19]

[4] Mientras tanto el pueblo, que es la verdadera razon de ser de las empresas socialistas sigue esperando porque *los esfuerzos, los objetivos, las estrategias, las tacticas, las medidas, las acciones, los encadenamientos, las innovaciones* produzcan algo que les llegue en forma de alimento para palear un poco su situacion. [3 JUNIO 2024, 11:37]

En estos casos se emplea lenguaje polarizante mediante encuadres de culpabilidad y narrativas de héroes y villanos (Marín-Albaladejo, 2023) que refuerzan la distinción entre *ellos* y *nosotros*.

2) Mediación del contexto

El contexto constituye una dimensión central para los estudios del discurso. Representa el conjunto de aspectos que median la situación comunicativa y condicionan los procesos de producción y comprensión discursivas. Al mismo tiempo, constituye la representación mental que los usuarios del lenguaje, en tanto actores sociales, construyen sobre la experiencia o situación comunicativa y social en la que se involucran (Van Dijk, 2016). Se representa como un esquema constituido por categorías (globales o locales) lingüísticas, cognitivas, comunicativas y sociohistóricas.

3) El hipertexto como recurso semántico de interacción entre el usuario y el texto periodístico

El hipertexto se ha definido como una construcción discursiva basada en la interconexión de bloques de textos digitalizados y, a la vez, como la herramienta informática que permite realizar esta particular forma discursiva. Theodor Nelson lo describe como una escritura no secuencial, un texto que se bifurca (como se citó en Rost, 2003). Otros autores lo definen como un modo de

² Castro Morales, Y. (2024, mayo 31). Marrero Cruz: Si persisten las insatisfacciones en la población, lo hecho es insuficiente. *Cubadebate* <http://www.cubadebate.cu/noticias/2024/05/31/marrero-cruz-si-persisten-insatisfacciones-en-la-poblacion-lo-hecho-es-insuficiente/>

³ Alonso, R., Figueredo, O., Fariñas, L., Héctor, Y., y Extremera, D. (2024, mayo 21). ¿Cuál es el estado de las finanzas en Cuba? (+Video). *Cubadebate*. <http://www.cubadebate.cu/noticias/2024/05/21/cual-es-el-estado-de-las-finanzas-en-cuba-video/>

⁴ Los comentarios se transcriben respetando la gramática y ortografía originales y se señala fecha y hora de publicación en el medio.

leer y escribir siguiendo un procedimiento más próximo al proceso de razonamiento humano: por asociación de ideas (Arias-Robles y García-Avilés, 2016); una forma multidireccional de estructurar y de acceder a la información en los entornos digitales.

La concepción sociocognitiva de la interactividad discursiva que se fundamenta en la presente investigación dialoga con la noción de hipertexto en tanto recurso semántico que emplea el emisor para asociar contenidos y enriquecer y contextualizar la noticia en Internet (Landow, 1995; Rost, 2003; Saldarriaga, 2021), y que invariablemente supone la colaboración del lector. El hipervínculo favorece procesos interactivos entre el usuario y el discurso de los cybermedios, al tiempo que constituye un recurso adicional de *gatekeeping* del emisor, pues los enlaces incluidos en la noticia también determinan la información transmitida (Deuze, 2003; Rosero Herrera, 2016; Salaverría, 2019). Entre las principales funciones de los enlaces semánticos se encuentran: asociar contenidos, jerarquizar informaciones, contextualizar, remitir a otras fuentes y recuperar información, lo cual puede otorgar mayor rigor y veracidad al mensaje periodístico (Orero y Cebrián-Enrique, 2022).

4) Alcance de la participación de los usuarios a partir de los significados construidos en los comentarios sobre las noticias digitales

Peters y Witschge (2015) proponen distinguir entre las formas (pasivas o activas) de participación en línea y sus implicaciones. Entre las opciones menos activas que proveen los *new media*, se ubican las posibilidades de valorar (marcar *me gusta* o *no me gusta*) y compartir la noticia, lo que genera un conjunto de datos que denotan los intereses de los usuarios y tienen repercusiones estadísticas sobre la jerarquización informativa dentro del medio (Aparici y García-Marín, 2018).

Sin embargo, en un estado productivo de la participación, es decir, cuando el usuario crea contenido en forma de comentario añadido a la sección de noticias, el alcance o implicación de la acción realizada varía en dependencia de varios factores, como el grado de creatividad, el nivel de implicación o identificación con el contenido compartido por otros usuarios y el propósito o intención comunicativa. A partir de la sistematización teórica y del análisis empírico realizado, se establecen cinco subcategorías para describir el alcance de la participación de los usuarios: la producción de contenido original (Lastra, 2016), la producción de contenido secundario, la moderación interactiva, la polarización afectiva (Waisbord, 2020) y la aceptación.

En las tres muestras analizadas predominan los comentarios clasificados como producción de contenido secundario. Son mensajes que refuerzan la línea argumentativa de textos precedentes, ya sea con opiniones similares expresadas con palabras diferentes, o con historias de vida que ejemplifican los argumentos ya expuestos. Sin embargo, tienen una función deliberativa importante en el debate en línea: mediante la reiteración se llama la atención sobre asuntos que requieren una respuesta inmediata. En muchos de estos comentarios se vigila o fiscaliza la gestión mediática, gubernamental e institucional y se realizan demandas o exigencias a la institucionalidad pública.

5) Función comunicativa de la participación de los usuarios

En contraste con la noción de alcance, entendida desde una dimensión individual, circunscrita al significado particular construido por cada comentario, se define la función de la participación en línea como la connotación que adquiere la acción de los usuarios en el contexto comunicativo o social más amplio en el que se generan los comentarios a la noticia digital. Los usuarios intervienen sobre el contenido publicado por los cybermedios, generalmente, en calidad de miembros de una colectividad (grupal, social, cultural) y movidos por determinadas expectativas que le atribuyen un sentido (de carácter positivo o negativo) a esas experiencias comunicativas (Fernández Massara, 2016). La movilización social (Briceño-Romero y Bravo-Bautista, 2022), la deliberación pública (Guilló y Mancebo-Aracil, 2017), la exaltación (sentimiento político moderno relativo al campo de las emociones) (Sánchez León, 2018) y el acto de troleo (Cenizo, 2022) son algunas de las funciones de la participación en línea identificadas, fundamentalmente, en la literatura científica consultada sobre el tema.

En las tres muestras analizadas, sin embargo, solo se aprecian la función deliberativa y una forma particular de exaltación mediante el empleo de la consigna política. No se identifican mensajes encaminados a troleo ni comentarios de movilización o activismo social de grupos contestatarios frente al poder político cubano, lo cual puede estar condicionado por el proceso de moderación que realiza la Redacción de *Cubadebate* y la decisión de omitir comentarios que no estén alineados con la política editorial del medio.

6) Procesos de interacción social mediados por la tecnología

En los comentarios a las noticias digitales, además de expresar opiniones y argumentos con relación al mensaje periodístico, los usuarios pueden participar en una forma especial de intercambio comunicativo (Bucy, 2004). Dado el carácter asincrónico de estos mensajes (Noblía, 2014), pueden tener lugar interacciones colectivas o interpersonales (Pano Alamán, 2018), es decir, un usuario puede dirigirse al periodista firmante de la noticia, a uno o varios usuarios que hayan comentado con anterioridad o incluso a un referente público, ajeno al evento comunicativo y traído a colación por el tema que se discute, o puede emitir mensajes sin destinatario fijo (Moya Muñoz, 2016). Desde la dimensión semántico-pragmática del discurso, así como a través de estructuras sintácticas que constituyen marcas evidentes de intercambio comunicativo interpersonal es posible determinar los tipos de interacciones expresadas literalmente en los comentarios o declaradas de manera implícita.

En la muestra objeto de estudio se observan tanto interacciones colectivas como individuales. Predominan, sin embargo, los mensajes dirigidos a un referente público y los comentarios sin destinatario fijo, lo que denota el propósito de trascender el marco interno de la interacción en línea. Los usuarios exteriorizan así una actitud y un posicionamiento, principalmente crítico, con respecto a acontecimientos de actualidad y dominio público (Sal Paz, 2012).

En los mensajes dirigidos a un referente público, el autor “emplea la alusión a un tercero que es parte del discurso, pero no de la interacción, como un mecanismo que facilita la transmisión de su mensaje” (Moya Muñoz, 2016, p. 278). En el análisis empírico realizado se aprecia la colectivización en la interpelación a los referentes públicos (los dirigentes, el Estado, el Gobierno), en lugar de incluirse alusiones directas a una figura pública en particular. Ello denota la homogeneización en la concepción colectiva sobre el grupo en el que los usuarios ubican la institucionalidad cubana, lo cual está condicionado por aspectos del entorno social más amplio en el que se sitúan las noticias:

[5] Me sumo a la pregunta, y las autoridades locales y provinciales qué están haciendo??? [6 MAYO 2024, 12:21]

[6] ¿por qué se ha permitido que la especulación haya llegado a estos límites, sin que el Estado, el gobierno no haya tomado ninguna medida?. [21 MAYO 2024, 20:00]

Mediante recursos pragmáticos los usuarios intervienen en procesos de interacción social que persiguen, fundamentalmente, visibilizar limitaciones en diferentes esferas de la gestión pública y mediática en Cuba y reclamar la transformación de actitudes y conductas de la ciudadanía y de actores estatales.

4.3. Subcategorías e indicadores del concepto: ficha de análisis propuesta

Una vez completado el muestreo teórico que permitió alcanzar la saturación teórica, fue posible elaborar la guía teórico-metodológica que se propone a modo de instrumento de investigación y que se recoge en la tabla 2. Para cada dimensión del concepto de interactividad discursiva se definen subcategorías y se establecen indicadores de análisis.

Tabla 2. Guía teórico-metodológica para el análisis de la interactividad discursiva en los cibermedios

Dimensiones	Subcategorías	Descripción	Indicadores
Comunicación de creencias desde el nivel semántico-pragmático del discurso de los cibermedios y su unidad textual compleja, compuesta por la noticia y los comentarios de los usuarios	Contenido global del discurso	Asunto o sentido de lo que trata el texto y que se concreta a través del tópico global del discurso	Macroproposiciones que conforman la macroestructura semántica de los textos
			Proposiciones que resumen tópicos locales
	Acciones verbales	Acciones del hablante en una situación comunicativa, que se concretan en el acto de habla (unidad mínima de la comunicación lingüística)	Actos de habla según intención explícita del enunciado (directos-indirectos)
			Actos de habla según alcance (actos aislados-macroactos de habla)
			Actos ilocutivos (asertivos, directivos, compromisorios, expresivos, declarativos)
	Reconocimiento de intenciones	Proceso cognitivo que permite distinguir entre contenido explícito de un enunciado y lo que se comunica más allá de lo dicho	Implicatura
			Inferencia
	Criterios de identificación-diferenciación	Juicios de filiación social, económica, política, cultural, religiosa, étnica, geográfica... desde los cuales los sujetos se autoperciben (ingroup) y perciben a aquellos de quienes se consideran diferentes (outgroup)	Criterios de identidad
			Acciones típicas
			Objetivos
			Normas y valores
			Recursos
	Relaciones con otros grupos y delimitación del outgroup		
Mediación del contexto	Mediación sociocognitiva	Selección del conocimiento del mundo relevante para producir (y comprender) un enunciado comprensible en un evento comunicativo específico	Saber enciclopédico compartido
			Conocimiento individual, grupal y cultural
			Actualización de creencias
			Reforzamiento de creencias
			Contraposición con creencias previas
	Contexto sociohistórico	Elementos generales que circunscriben el tiempo, espacio y marco sociocultural en el que se sitúan las prácticas discursivas	Condicionantes sociales, económicas, políticas y culturales
			Dominio o sector global de la sociedad donde se sitúan los hablantes
			Participantes globales (referencia al ingroup)
			Acción global (acciones del ingroup)
	Contexto comunicativo	Tipo de evento comunicativo en el que se producen y comprenden los enunciados	Escenario (peculiaridades del entorno digital)
			Participantes (comunicativos, interactivos y sociales) y sus roles
			Acción (interpretaciones ilocutivas del discurso)
	Contexto lingüístico o cotexto	Material lingüístico que precede y sigue a un enunciado	Relación entre los enunciados del comentario y segmentos textuales de comentario(s) precedente(s)
			Relación entre los enunciados del comentario y segmentos textuales de la noticia

El hipertexto como recurso semántico	Contenidos	Aspectos de valor añadido, con respecto a la noticia original, que aportan los enlaces (Rost, 2003)	De actualidad
			Cronológicos
			Documentales
			Interactivos
	Funciones	Propósito que cumple el contenido al que remite el enlace con relación a la noticia donde se ubica	Asociar contenidos
			Jerarquizar informaciones
			Contextualizar la información
			Remitir a otras fuentes
Recuperar información			
Alcance de la participación de los usuarios a partir de los significados construidos en los comentarios sobre las noticias digitales	Aceptación	Conformidad explícita que expresa un usuario hacia contenido previamente publicado	Aprobación del tema de la noticia o de comentario(s) precedente(s)
	Polarización afectiva	Respuesta emocional que expresa la distancia entre el afecto que sentimos hacia quienes comparten nuestras ideas, y el rechazo hacia quienes defienden ideas y posiciones opuestas	Rechazo, mediante ofensa o provocación, hacia quienes defienden ideas y posiciones opuestas
			Identificación excesiva con ideas y posiciones afines
			Defensa de una opinión como verdad absoluta
	Producción de contenido secundario	Adaptaciones o versiones del contenido existente en la noticia de prensa o en el resto de los comentarios	Réplica del tema de la noticia o de comentario(s) precedente(s)
			Referencia a historia de vida que refuerza opinión o argumento expresados en la noticia o comentario(s) precedente(s)
	Producción de contenido original	Información novedosa y explicaciones con cierto grado de elaboración y argumentación propias	Opinión o argumento que rebate la noticia o comentario(s) precedente(s)
			Información, argumentos u opiniones nuevas con relación a la noticia o comentario(s) precedente(s)
	Moderación interactiva	Papel regulador o mediador en conflictos que reprende conductas violatorias de las normas predefinidas o aporta información útil para comprender un mensaje	Reclamo ante violación de máximas conversacionales
			Sugerencia o exigencia de empleo de tono respetuoso
			Mediación en una confrontación verbal
			Petición o aportación de información adicional para comprender un mensaje
Función comunicativa de la participación de los usuarios	Deliberación pública	Expresión de una opinión pública crítica e informada que escudriña los procesos de toma de decisión y que denota la participación de los individuos privados en función del bien común (Masip et al., 2019)	Incorporación de temas, datos o aristas para tratar un tema a la agenda mediática
			Vigilancia o fiscalización de la gestión mediática
			Expresión en representación de una colectividad
			Vigilancia o fiscalización de la gestión gubernamental e institucional
			Demandas o exigencias a las instituciones sociales, políticas y gubernamentales
			Discusión sobre temas de interés público (sugeridos o no por el texto periodístico)

Función comunicativa de la participación de los usuarios	Movilización social	Empleo de técnicas de socialización y comunicación por activistas y grupos sociales generalmente contestatarios frente al sistema político	Organización, difusión o amplificación de acciones colectivas de grupos o movimientos sociales de denuncia social y política
			Realce de grupos tradicionalmente silenciados, ignorados o reprimidos por el poder político
	Troleo	Estrategia disruptiva de la comunicación mediante la publicación de mensajes abiertamente provocadores e insultantes que generan reacciones emocionales y desvían la atención de temas relevantes (Cenizo, 2022)	Mensajes provocadores sin ninguna relación con el tema, para generar conflicto y llamar la atención
			Ataque a ideas nobles
	Exaltación	Presencia de mensajes altamente expresivos, ubicados en posiciones valorativas extremas (de evaluación positiva o negativa) con relación a ideas, acciones, juicios u opiniones precedentes	Consigna política con propósito de elogiar o celebrar una causa, persona o idea
			Valoración altamente positiva (o altamente negativa) sobre idea, acción, juicio u opinión precedente
Procesos de interacción social mediados por la tecnología	Interacciones personales	Comentarios en respuesta a un usuario específico que forma parte del evento o situación comunicativa en el que se genera el mensaje	Interacción usuario-usuario
			Interacción usuario-periodista
	Interacciones colectivas	Comentarios que no dependen de otro mensaje para su comprensión, sin destinatario fijo o dirigidos a referentes externos a la situación comunicativa	Interacción usuario-público general
			Interacción usuario-referente público
			Interacción usuario-usuarios (todos o varios)

Fuente: Elaboración propia.

5. Conclusiones

La propuesta teórico-metodológica que se fundamenta integra subcategorías e indicadores que abarcan dimensiones de la interactividad relativas al emisor, el mensaje y el usuario, todo ello desde una perspectiva teórica transdisciplinar que toma como unidad de análisis el discurso de los cybermedios. En un contexto donde adquieren centralidad el texto y el lenguaje escrito para el desarrollo de la mayoría de las interacciones sociales, la investigación lingüística aplicada al entorno digital permite develar la naturaleza comunicativa, tecnológica y cognitiva de la interactividad.

La interactividad discursiva en los cybermedios refiere un proceso de co-construcción o producción colaborativa de significados que no puede comprenderse o explicarse en su totalidad mediante el análisis cuantitativo o estructuralista del contenido de la noticia y de los comentarios de los usuarios por separado, sino que requiere del estudio particular y sistemático del discurso que resulta de la combinación de ambos tipos de textos.

Asumir los diálogos conceptuales y epistemológicos entre las categorías de interactividad e interacción –entendida esta última como proceso de interpretación de la acción recíproca entre dos o más usuarios– permite incorporar las condicionantes sociocognitivas propias de todo proceso comunicativo al estudio de la interactividad. El hipertexto y la participación en línea –concebida como forma de intervención sobre el contenido de los cybermedios– no constituyen categorías independientes de la interactividad, sino que son condición y resultado de esta: propician la co-autoría del usuario y su intervención en procesos de interacción social mediada.

La propuesta teórico-metodológica resulta viable para ser aplicada en el análisis de la interactividad discursiva en los cibermedios del entorno mediático actual que mantengan abierta la sección de comentarios a las noticias digitales. La mediación contextual, como una dimensión transversal, facilita la generalización del modelo, pues los indicadores relativos a contexto socio-histórico y contexto comunicativo permiten develar cómo los diferentes escenarios político-sociales y las distintas filiaciones editoriales condicionan la construcción y reproducción de significados en el ciberespacio. Futuras aplicaciones de la propuesta podrían ayudar a ilustrar mejor la función de movilización social en los comentarios de los usuarios, no identificada en el corpus del presente trabajo. Asimismo, la aplicación práctica de la propuesta podrá contribuir a su ajuste y perfeccionamiento en la medida que de los análisis empíricos emanen nuevos indicadores.

6. Contribuciones

Roles	Autor 1	Autor 2	Autor 3
Conceptualización	x	x	x
Análisis formal	x		
Obtención de fondos	x		
Administración del proyecto	x		
Investigación	x		
Metodología	x	x	x
Tratamiento de datos	x	x	x
Recursos			
Software			
Supervisión			
Validación	x	x	x
Visualización de resultados	x	x	x
Redacción – borrador original	x		
Redacción – revisión y edición	x	x	x

Bibliografía

- Alsaecedi, A. (2021). *The integration of user-generated content and networked journalism within professional journalistic frameworks at the Arabic news channels* [Tesis de Doctorado]. University of Sheffield.
- Antonopoulos, N., Konidaris, A., Polykalas, S. y Lamprou, E. (2020). Online Journalism: Crowdsourcing, and Media Websites in an Era of Participation. *Studies in Media and Communication*, 8, 25-36. <https://doi.org/10.11114/smc.v8i1.4734>
- Aparici, R. y García-Marín, D. (2018). Prosumers and emirecs: Analysis of two confronted theories. *Comunicar*, 26 (55), 71-79. <https://doi.org/10.3916/C55-2018-07>
- Arias-Robles, F. y García-Avilés, J. A. (2016). Definiendo la hipertextualidad. Análisis cuantitativo y cualitativo de la evolución del concepto. *ICONO 14*, 14(2), 48-68. <https://doi.org/10.7195/ri14.v14i2.995>
- Austin, J. (1962). *Cómo hacer cosas con palabras*. Escuela de Filosofía Universidad ARCIS.
- Averbeck-Lietz, S. (2018). (Re)leer a Eliseo Verón: Mediación y mediatización. Dos conceptos complementarios para las Ciencias de la Información y de la Comunicación. *deSignis*, 29, 69-82.
- Baños-Moreno, M.-J., Pastor-Sánchez, J.-A. y Martínez-Béjar, R. (2017). Interactivity features of Online Newspapers: From a facsimile model to a multimedia model one. Interactivity in online journals. *Anales de Documentación*, 20(2), 1-18. <https://doi.org/10.6018/analesdoc.20.2.282401>

- Barredo-Ibáñez, D., Díaz-Cerveró, E., Garzón, K. T. P. y Quintero, N. F. (2017). La interactividad en el periodismo digital latinoamericano. Un análisis de los principales cibermedios de Colombia, México y Ecuador (2016). *Revista Latina de Comunicación Social*, 72, 273-294. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2017-1165>
- Basanta Vázquez, B. y Azurmendi, A. (2025). Las plataformas digitales y el derecho a la información: de meros alojadores a actores responsables *Revista de Comunicación*, 24(1), 17-33. <https://doi.org/10.26441/RC24.1-2025-3641>
- Bordewijk, J. y Van Kaam, B. (1986). Towards a new classification of teleinformation services. *Intermedia*, 14(1), 16-21.
- Briceño-Romero, Y. y Bravo-Bautista, L. (2022). La movilización social en entornos digitales: Una revisión de la producción científica en español en el siglo XXI. *Reflexión política*, 24(49), 6-20. <https://doi.org/10.29375/01240781.4374>
- Bruce, I. (2011). Evolving Genres in Online Domains: The Hybrid Genre of the Participatory News Article. En A. Mehler, M. Santini, y S. Sharoff (Eds.), *Genres on the Web. Computational Models and Empirical Studies* (pp. 323-350). Springer.
- Bruns, A. (2018). *Gatewatching and news curation: Journalism, social media, and the public sphere*. Peter Lang Publishing.
- Bruns, A. (2019). *It's Not the Technology, Stupid: How the 'Echo Chamber' and 'Filter Bubble' Metaphors Have Failed Us. Mediated communication, public opinion and society*. IAMCR, Madrid.
- Bucy, E. P. (2004). Interactivity in Society: Locating an Elusive Concept. *The Information Society*, 20(5), 373-383. <https://doi.org/10.1080/01972240490508063>
- Bucy, E. P. y Newhagen, J. E. (2004). *Media access: Social and psychological dimensions of new technology use*. Psychology Press.
- Cantamutto, L. y Vela Delfa, C. (2020). Mensajes, publicaciones, comentarios y otros textos breves de la comunicación digital. *Tonos Digital*, 38(1), 1-27.
- Cárdenas Neira, C. (2017). Teun van Dijk. Discurso y conocimiento. Una aproximación sociocognitiva. *Boletín de Filología*, 52(2), 247-255. <https://boletinfilologia.uchile.cl/index.php/BDF/article/view/48604>
- Castells, M. (2001). *La Galaxia Internet*. Plaza y Janés Editores.
- Castells, M. (2007). Communication, Power and Counter-power in the Network Society. *International Journal of Communication*, 1, 238-266.
- Cenizo, C. (2022). Análisis y detección de los trols en el perfil de Twitter de El País España. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 13, 77-92. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM.21867>
- Chung, D. S. (2008). Interactive Features of Online Newspapers: Identifying Patterns and Predicting Use of Engaged Readers. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(3), 658-679. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2008.00414.x>
- Cortés Kandler, M. y Arroyo Carvajal, Y. (2021). Análisis pragmático de los actos de habla irónicos y humorísticos en comentarios publicados en las páginas de Facebook de cuatro noticieros costarricenses. *Textos en Proceso*, 7(1), 76-99. https://doi.org/10.17710/tep.2021.7.1.5cortes_arroyo
- Cortés, L. y Camacho, M. M. (2003). *¿Qué es el Análisis del Discurso?* Octaedro-eub.
- Deuze, M. (2003). The Web and its Journalisms: Considering the Consequences of Different Types of Newsmedia Online. *New Media y Society*, 5(2), 203-230. <https://doi.org/10.1177/1461444803005002004>
- Escandell, M. V. (2006). *Introducción a la pragmática*. Ariel.

- Fernández Massara, M. B. (2016). Mediaciones tecnoeducativas. Consideraciones teóricas a partir de la obra de Jesús Martín Barbero. *Comunicación y Sociedad*, 27, 197-220. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-252X2016000300197
- García de Torres, E. (2010). Contenido generado por el usuario: Aproximación al estado de la cuestión. *El Profesional de la Información*, 9(6), 585-594. <https://doi.org/10.3145/epi.2010.nov.04>
- Giammatteo, M. (2014). Consideraciones lingüísticas acerca del fenómeno Internet. En A. Parini y M. Giammatteo (Eds.), *Lenguaje, discurso e interacción en los espacios virtuales* (pp. 83-93). Editorial de la Facultad de Filosofía y Letras-UNCUYO.
- Gil Ramírez, M. y Gómez de Travesedo, R. (2021). Repensar la comunicación política en el contexto digital. Ciberdemocracia ¿democracia deliberativa? *Vivat Academia. Revista de Comunicación*, 154, 63-87. <https://doi.org/10.15178/va.2021.154.e1268>
- Goffman, E. (1983). The interaction order. *American Sociological Review*, 48(1), 1-17.
- González Arias, C. (2014). El metadiscursos en columnas de opinión y en los comentarios de lectores en un ambiente virtual y público. *Spanish in Context*, 11(2), 155-174.
- González Manzanero, R. (2020). Los comentarios digitales de los usuarios en los periódicos en línea: Análisis de la coherencia y la interactividad. *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, 83, 77-92. <https://doi.org/10.5209/clac.70565>
- Gruszynski Sanseverino, G. y De Lima Santos, M. F. (2021). Experimenting with User-generated Content in journalistic practices: Adopting a user-centric storytelling approach during the covid-19 pandemic coverage in Latin America. *Brazilian Journalism Research*, 17(2), 244-279. <https://doi.org/10.25200/BJR.v17n2.2021.1369>
- Guilló, M. y Mancebo-Aracil, J. (2017). Comunicación y participación online: La evolución de los procesos participativos en entornos virtuales. *Communication Journal*, 8, 413-434.
- Hermida, A. y Thurman, N. (2008). A clash of cultures: The integration of user-generated content within professional journalistic frameworks at British newspaper websites. *Journalism Practice*, 2(3), 343-356. <https://doi.org/10.1080/17512780802054538>
- Herring, S. C. (2007). A Faceted Classification Scheme for Computer-Mediated Discourse. *Language@internet*, 4, 38. <https://scholarworks.iu.edu/journals/index.php/li/article/view/37562>
- Humanes, M. L. y Saperas, E. (2024). Audiencias y nuevos consumos de contenidos periodísticos en la era digital. *Miguel Hernández Communication Journal*, 15, 15-19. <https://doi.org/10.21134/af4ffd75>
- Jenkins, H. (2006). *La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Paidós.
- Jensen, J. F. (1998). Interactivity: Tracking a New Concept in Media and Communication Studies. *Nordicom Review*, 19, 185-205. <http://bit.ly/2wy6rj8>
- Johnson, G. J., Bruner II, G. C. y Kumar, A. (2006). Interactivity and its Facets Revisited: Theory and Empirical Test. *Journal of Advertising*, 35(4), 35-52. <https://doi.org/10.2753/JOA0091-3367350403>
- Ladino Marín, P. C., Prada Penagos, R. y Adán Díaz, O. E. (2022). Lineamientos para el uso de la hipermedialidad, multimedialidad e interactividad en el ejercicio periodístico digital comunitario para redes sociales (Facebook). Caso de análisis de la Red de Reporteros Comunitarios de Colombia (RRC). *Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 20(40), 47-74. <https://doi.org/10.22395/angr.v20n40a3>
- Landow, G. P. (1995). *Hipertexto: La convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología*. Paidós.
- Lastra, A. (2016). El poder del prosumidor. Identificación de sus necesidades y repercusión en la producción audiovisual transmedia. *ICONO14*, 14(1), 71-94. <https://doi.org/10.7195/ri14.v14i1.902>

- Limia Fernández, M., Toural Bran, C. y López García, X. (2014). Interactividad y participación en los cybermedios: Una propuesta metodológica para la elaboración, registro y análisis de datos. *Actas del 2o Congreso Nacional sobre Metodología de la Investigación en Comunicación*, 18.
- Longo, M. y Benvenga, L. (2021). Dos enfoques para el análisis sociológico de la vida cotidiana. Interaccionismo simbólico y etnometodología. *Revista Contribuciones a las Ciencias Sociales*. <https://www.eumed.net/es/revistas/contribuciones-ciencias-sociales/enero-2021/interaccionismosimbolico-etnometodologia>
- López García, X., Toural, C. y Limia, M. (2012). Propuesta para el abordaje metodológico de la interactividad y la participación en los cybermedios. *Simposio Internacional sobre política Científica en Comunicación*, 1-20.
- Luengo, O., García-Marín, J. y de-Blasio, E. (2021). COVID-19 on YouTube: Debates and polarisation in the digital sphere. *Comunicar*, 29(69), 9-19. <https://doi.org/10.3916/C69-2021-01>
- Manosevitch, I. y Tenenboim, O. (2017). The Multifaceted Role of User-Generated Content in News Websites: An analytical framework. *Digital Journalism*, 5(6), 731-752. <https://doi.org/10.1080/21670811.2016.1189840>
- Manovich, L. (2005). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación: La imagen en la era digital*. Paidós Ibérica.
- Marín-Casanova, J. A. (2015). Del árbol a la Red: Hacia una retórica del conocimiento reticular. *Utopía y praxis latinoamericana*, 69, 11-34. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/utopia/article/view/20056>
- Marín-Albaladejo, J. A. (2023). Capítulo 3. La polarización discursiva como estrategia de comunicación en las cuentas de líderes y partidos políticos en Twitter. *Espejo de Monografías de Comunicación Social*, 10, 51-68. <https://doi.org/10.52495/c3.emcs.10.p96>
- Martínez Rodríguez, L. (2005). La participación de los usuarios en los contenidos periodísticos de la red. En *El ecosistema digital: Modelos de comunicación, nuevos medios y público en Internet* (pp. 269-332).
- Masip, P., Ruiz-Caballero, C. y Suau, J. (2019). Audiencias activas y discusión social en la esfera pública digital. Artículo de revisión. *El Profesional de la Información*, 28(2), 1-43. <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/71027>
- Moya Muñoz, P. (2016). *Análisis comparativo de las estrategias metadiscursivas en los comentarios de noticias en la prensa digital española y chilena* [Tesis de Doctorado], Universitat Politècnica de València. <https://doi.org/10.4995/Thesis/10251/68499>
- Naem, M. y Okafor, S. (2019). User-Generated Content and Consumer Brand Engagement. En G. Bowen y W. Ozuem (Eds.), *Leveraging Computer-Mediated Marketing Environments* (pp. 193-220). IGI Global.
- Noblía, V. (2014). Cambios sociales y cambios lingüísticos: La conversación y la escritura en el chat. En A. Parini y M. Giammatteo (Eds.), *Lenguaje, discurso e interacción en los espacios virtuales* (pp. 119-130). Editorial de la Facultad de Filosofía y Letras-UNCUYO.
- Oblak Črnič, T. y Jontes, D. (2017). (R)evolution of Perspectives on Interactivity: From a Media-Centered to a Journalist-Centered Approach. *Medijske Studije*, 8(15), 39-55. <https://doi.org/10.20901/ms.8.15.4>
- Orero, P. y Cebrián-Enrique, B. J. (2022). La hipertextualidad periodística en observación. Estudio de las rutinas periodístico-documentales en las redacciones de los diarios valencianos. *Documentación de las Ciencias de la Información*, 45(1), 61-69. <https://doi.org/10.5209/dcin.77885>
- Pandit, N. (1996). The creation of theory: A recent application of the grounded theory method. *The Qualitative Report*, 2(4), 1-15. <https://doi.org/doi.org/10.46743/2160-3715/1996.2054>

- Pano Alamán, A. (2018). Opinión y atenuación en los comentarios de la prensa digital española. *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, 73, 103-124. <https://doi.org/10.5209/CLAC.59061>
- Pérez, S. I. (2013). Tecnologías digitales, análisis del discurso y multimodalidad: De la lingüística crítica a la semiótica social. *Revista de Ciencias Sociales*, 23, 29-47. <http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/1565>
- Persson, A. (2018). *Framing Social Interaction: Continuities and Cracks in Goffman's Frame Analysis* (1a ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315582931>
- Persson, A. (2021). *Introduction to Goffman's sociology: Being like others and becoming something else*. Lund University.
- Peters, C. y Witschge, T. (2015). From Grand Narratives of Democracy to Small Expectations of Participation: Audiences, citizenship, and interactive tools in digital journalism. *Journalism Practice*, 9(1), 19-34. <https://doi.org/10.1080/17512786.2014.928455>
- Pinto Garzón, K. T. P., Barredo, D., Arcila Calderón, C. y Suing, A. (2018). La interactividad como un factor clave para la fidelización de las audiencias. Una aproximación al contexto colombiano. En C. Castro, A. Hernández, y D. de la Garza (Eds.), *Comunicación digital, redes y procesos en América Latina* (pp. 39-49). Universidad Autónoma de Nuevo León.
- Pons, X. (2010). La aportación a la Psicología Social al interaccionismo simbólico: Una revisión histórica. *EduPsykhé. Revista de Psicología y Educación*, 9(1), 23-41. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3268858>
- Qiao, F. (2019). Conceptualizing Interactivity on Social Media and Exploring the Effects of Interactivity on Consumers' Engagement with Online Social-Interactions. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 9(3). <https://doi.org/10.29333/ojcm/5781>
- Quandt, T. (2023). Euphoria, disillusionment and fear: Twenty-five years of digital journalism (research). *Journalism*, 0(0), 1-18. <https://doi.org/10.1177/14648849231192789>
- Rafaeli, S. (1988). Interactivity: From new media to communication. En R. Hawkins, J. Wiemann, y S. Pingree (Eds.), *Advancing communication science: Merging mass and interpersonal process* (pp. 110-134). SAGE Publications.
- Ramírez Hernández, E. B. y Salgueiro Marques, Â. C. (2019). El debate público online en Cuba: Sujetos interlocutores y politización de conversaciones sobre migración en el sitio Cubadebate. *Commons: revista de comunicación y ciudadanía digital*, 8(2), 80-121.
- Rosero Herrera, C. F. (2016). *Interactividad en la Comunicación virtual. Una relación compleja* [Tesis de Maestría]. Universidad Pontificia Bolivariana.
- Rost, A. (2003). Una propuesta metodológica para estudiar el hipertexto en el periódico digital. *Revista Anàlisi*, 30, 169-183.
- Rost, A. (2006). *La interactividad en el periódico digital* [Tesis de Doctorado]. Universitat Autònoma de Barcelona. <https://ddd.uab.cat/pub/analisi/02112175n30/02112175n30p169.pdf>
- Ruiz-Aguilar, M. A. y Avalos-Pelayo, R. (2020). Contenido generado por los usuarios, su relación con la personalidad de marca y el valor de marca. *index.comunicación*, 10(1), 125-147. <https://doi.org/10.33732/ixc/10/01Conten>
- Sádaba, M. R. (2000). Interactividad y comunidades virtuales en el entorno de la world wide web. *Comunicación y Sociedad*, 13(1), 139-166.
- Sagárnaga Giles, F. C. (2024). Evolución de los usuarios del periodismo digital según estudios iberoamericanos. *Miguel Hernández Communication Journal*, 16 (1), 79-94. <https://doi.org/10.21134/jywg930>
- Sal Paz, J. C. (2012). Estrategias argumentativas en comentarios de lectores de la prensa digital. *ALEDar-universidad Nacional Villa María*, 1550-1568.

- Sal Paz, J. C. (2013). Comentario digital: Género modular de las prácticas discursivas de la cibercultura. Caracteres. *Estudios culturales y críticos de la esfera digital*, 2(2), 152-171. <http://revistacaracteres.net/revista/vol2n2noviembre2013/comentario-digital/>
- Salaverría, R. (2019). Digital journalism: 25 years of research. Review article. *El Profesional de la Información*, 28, 1-29. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.ene.01>
- Saldarriaga, I. (2021). *Uso de la hipertextualidad en los medios digitales del Eje Cafetero en el tratamiento informativo de la migración* [Tesis de Diploma]. Universidad de Manizales.
- Sánchez León, P. (2018). Exaltación y entusiasmo: El tiempo en las identidades revolucionarias del liberalismo hispano. En F. Wasserman (Ed.), *Historia, revolución y temporalidad. Experiencias de tiempo en los mundos iberoamericanos (siglos XVIII y XIX)*.
- Sancho Sieiro, P. (2018). *Los actos de habla indirectos y el tratamiento de las condiciones de felicidad para su construcción en aquellos actos indirectos manejados en el PCIC* [Tesis de Maestría]. Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Santos, M. L. B. (2022). The “so-called” UGC: an updated definition of user-generated content in the age of social media. *Online Information Review*, 46(1), 95-113. <https://www.proquest.com/docview/2622861174?sourcetype=Scholarly%20Journals>
- Singer, J. B. y Ashman, I. (2009). “Comment Is Free, but Facts Are Sacred”: User-generated Content and Ethical Constructs at the Guardian. *Journal of Mass Media Ethics*, 24(1), 3-21. <https://doi.org/10.1080/08900520802644345>
- Strauss, A. y Corbin, J. (2012). *Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*. Universidad de Antioquia.
- Sundar, S. S., Bellur, S., Oh, J., Jia, H. y Kim, H.-S. (2016). Theoretical Importance of Contingency in Human-Computer Interaction: Effects of Message Interactivity on User Engagement. *Communication Research*, 43(5), 595-625. <https://doi.org/10.1177/0093650214534962>
- Suñol Robles, J. A. (2019). Las “(contra) señas” del usuario: Influencia de los comentarios de los usuarios en la construcción de la agenda mediática del sitio web <http://www.cubadebate.cu>. *Alcance*, 8(20), 29-39. <https://doi.org/10.15178/va.2021.154.e1268>
- Tong, S. C. y Chan, F. F. Y. (2023). Strategies to drive interactivity and digital engagement: A practitioners’ perspective. *Journal of Research in Interactive Marketing*. <https://doi.org/10.1108/JRIM-05-2022-0153>
- Van Dijk, J. A. G. M. y de Vos, L. (2001). Searching for the Holy Grail: Images of Interactive Television. *New Media y Society*, 3(4), 443-465. <https://doi.org/10.1177/14614440122226173>
- Van Dijk, T. A. (1999). *Ideología. Una aproximación multidisciplinaria*. Gedisa.
- Van Dijk, T. A. (2014). *Discourse and Knowledge: A Sociocognitive Approach*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107775404>
- Van Dijk, T. A. (2016). Estudios Críticos del Discurso: Un enfoque sociocognitivo. *Discurso y Sociedad*, 10(1), 167-193. [http://www.dissoc.org/es/ediciones/v10n01/DS10\(1\)Van%20Dijk.pdf](http://www.dissoc.org/es/ediciones/v10n01/DS10(1)Van%20Dijk.pdf)
- Van Dijk, T. A. (2021). Epistemic context analysis. *Revista Signos. Estudios de Lingüística*, 45(107), 758-770.
- Van Looy, J. y Mechant, P. (2014). Interactivity. En M. L. Ryan, B. Emerson, y B. Robertson (Eds.), *Encyclopedia of New Media and Digital Textuality*.
- Varas-Alarcón, M. y González Arias, C. (2016). Interactividad en sitios web de medios: Buscando nuevas formas de diálogo con sus usuarios. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 22(1), 549-566. https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2016.v22.n1.52613
- Vázquez Carranza, A. (2020). La perspectiva lingüística del análisis conversacional. En A. Pérez Barajas y A. Hernández Díaz (Eds.), *Propuestas metodológicas para el trabajo y la investigación lingüística. Aplicaciones teóricas y descriptivas*. Universidad de Colima.

- Vázquez-Herrero, J. (2021). Nuevas narrativas en los cibermedios: De la disrupción a la consolidación de formatos y características. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 27(2), 685-696. <https://doi.org/10.5209/esmp.70222>
- Vázquez-Herrero, J. y Pérez-Seijo, S. (2022). Capítulo 11. Narrativas interactivas e inmersivas. *Espejo de Monografías de Comunicación Social*, 7, Article 7. <https://doi.org/10.52495/c11.emcs.7.p92>
- Waisbord, S. (2020). ¿Es válido atribuir la polarización política a la comunicación digital? Sobre burbujas, plataformas y polarización afectiva. *REVISTA SAAP*, 14(2). <https://doi.org/10.46468/rsaap.14.2.A1>
- Yang, F. y Shen, F. (2018). Effects of Web Interactivity: A Meta-Analysis. *Communication Research*, 45(5), 635-658. <https://doi.org/10.1177/0093650217700748>
- Yus Ramos, F. (2020). La comunicación en la era digital. En M. V. Escandell-Vidal, J. Amenós Pons, y A. Ahern (Eds.), *Pragmática* (pp. 608-623). Ediciones Akal.

