

## Posicionamientos discursivos, evaluación social y estrategias de cortesía verbal en la Red<sup>1</sup>

Antonio García Gómez\*  
*Universidad de Alcalá de Henares*

---

### Resumen

Es complicado afirmar con rotundidad si las nuevas tecnologías cambian vertiginosamente en un intento de satisfacer las necesidades de una sociedad cambiante o si, por el contrario, es la sociedad que evoluciona como consecuencia directa de los rápidos avances tecnológicos. Dentro de los diferentes tipos de Comunicación Mediada por Ordenador (CMO), el presente trabajo analiza treinta y un blogs creados en Red y pretende analizar los posicionamientos discursivos que adolescentes españolas heterosexuales adoptan mientras narran sus experiencias en estos diarios en Red. En concreto, se presenta un análisis minucioso de las estrategias de cortesía verbal que permite esclarecer cómo estas adolescentes construyen su identidad de género.

### Abstract

It is hard to establish whether new technologies are changing dramatically as an attempt to satisfy the needs of an ever-changing society or if it is our society that changes as a direct consequence of new technological advances. Within the different types of Computer-Mediated Communication (CMC), the present paper analyses thirty-one weblogs and aims to throw light on the discursive positionings female heterosexual Spanish teenagers adopt when they narrate their lives on their blogs. More precisely, a detailed analysis of politeness strategies is presented which, in turn, makes it possible to understand how these female teenagers construct their gender identity.

---

### Introducción

En estos últimos quince años la Comunicación Mediada por Ordenador (CMO) ha recibido gran atención por parte de psicólogos, sociólogos y lingüistas. Así, han proliferado estudios de diversa índole sobre sus diferentes manifestaciones: el correo electrónico (Gains, 1999; López Alonso, 2006); el foro de debate (Gouti, 2006); el chat (Becker & Stamp, 2005; Fischman, 2008); el messenger (Chung & Nam, 2007); el weblog (Herring, Kouper, Scheidt & Wright, 2004; Scheidt, 2006), entre los más destacados. Como resultado de esta bibliografía en auge tenemos, por un lado, estudios que intentan definir los rasgos generales de la CMO (Herring, 2007; Yus Ramos, 2002) y, por otro, tenemos otros estudios que reflexionan sobre el impacto (y peligros) en mayor o menor profundidad

---

\* Dirección de correo electrónico para correspondencia: [antonio.garciag@uah.es](mailto:antonio.garciag@uah.es)

de estas nuevas vías de comunicación y socialización para nuestros adolescentes (Bargh, McKenna & Grainne, 2002; Huffaker & Calver, 2005, entre otros).

El grueso de la investigación se ha centrado principalmente en el estudio de las temáticas y funciones del *personal weblog* o diario personal en Red, donde los internautas, muchos de ellos menores de edad, cuelgan cualquier tipo de información, ya sean opiniones, reflexiones o experiencias personales que se refieren a su vida (Scheidt, 2006). A pesar de las características comunes que comparten tanto los diarios de papel como estos diarios en Red, hay una meta que diferencia ambos tipos de diario personal y es el propósito de crear y mantener lazos entre individuos. En un principio se podría pensar que escribir periódicamente en un *weblog* se hace con la única intención de reflexionar o simplemente de recordar las experiencias vitales de uno. Sin embargo, un análisis más pormenorizado revela que tanto los adolescentes como las adolescentes crean una extensa comunidad o Red social de *bloggers* con quienes comparten experiencias personales, intereses e información de todo tipo (García Gómez, 2009).

Parece evidente decir que las nuevas tecnologías están modificando las arquitecturas de interacción social y de distribución de la información subyacentes (Mortensen, 2004). Algunos estudios ponen de manifiesto que existe una paradoja en la naturaleza pública de esta escritura que es, a su vez, privada. Dado que Internet no tiene fronteras, se hace más difícil discernir qué es privado y qué es público. Esto ha hecho que, en estos últimos años, se haya reflexionado sobre las dificultades que todos tenemos al tratar de comprender las implicaciones sociales del cambio drástico que están sufriendo los términos “privado” y “público” (Meyer, 2003; Sveningsson Elm, 2009). Además, estos límites tan confusos entre la escritura privada y pública plantean un dilema moral ya que por el hecho de tener acceso a la información no significa necesariamente que esté bien que accedamos a ella. A la luz de las implicaciones éticas que surgen al analizar cualquier tipo de información personal que una persona menor de edad cuelga en la Red, DiMaggio, Hargittai, Neuman y Robinson (2001) sugieren que cualquier estudio serio debe centrarse única y exclusivamente en el estudio de las relaciones en el habla y trazar conclusiones en torno a normas culturales.

A pesar del interés creciente por la CMO, son todavía muchos los aspectos que quedan por explorar. En este caso concreto, pretendo llevar a cabo un estudio de algunos de los procesos de creatividad lingüística en este tipo de interacción social entre adolescentes y la construcción y negociación de identidades discursivas. Para ello, considero necesario utilizar un marco integrador psicológico-discursivo con el objeto de orquestar el estudio del proceso de construcción de la identidad de género en el lenguaje adolescente y el estudio de los diferentes posicionamientos adoptados por estas chicas adolescentes.

Así pues el presente estudio resulta de interés por los siguientes motivos: (1) me parece importante realizar una contribución en un área de

gran actualidad de la investigación lingüística, sociológica y psicológica desde un marco combinado (psicológico-discursivo); (2) más concretamente, el estudio contribuye a un área poco explorada y con numerosos puntos polémicos: expresión y mantenimiento de relaciones sociales a través de la Red y los recursos lingüísticos usados para construir su identidad personal y social para evaluar si se está produciendo una transformación en las prácticas discursivas de estas chicas adolescentes respecto al género (Holmes, 1995; Litoseliti, 2006; Speer, 2005).

Ya se ha apuntado anteriormente la preocupación recogida en la bibliografía sobre el análisis de textos colgados por menores de edad en Internet como un espacio privado sin reparar en la paradoja que supone ser un espacio disponible para consumo público (Cadle, 2005). Dado que el presente estudio trata de sacar conclusiones a partir del análisis realizado a los blogs escritos por autoras menores de edad, surge una cuestión ética dada la edad de estas adolescentes: realmente ¿cuáles son las implicaciones éticas al analizar estos textos? Aunque son documentos públicos y por tanto no se necesita permiso para emplearlos en la investigación, no puedo obviar la responsabilidad ética como investigador. Huelga decir que ni los padres ni las propias autoras son conscientes de la repercusión de las revelaciones que hacen en el mundo de la blogosfera. Para poder intentar resolver este dilema que se presenta, me apoyaré en el trabajo de DiMaggio et al. (2001) y Meyer (2003) que sugieren que el objetivo de este tipo de investigación debe centrarse en las implicaciones del lenguaje usado en estos textos para llegar al cambio social. Por tanto, estos tipos de CMO proporcionan un contexto donde analizar las relaciones del habla y facilita información sobre normas culturales y de alguna manera normas de la comunidad cultural.

### **Selección del corpus**

En lo que respecta a la selección del corpus, se han seleccionado un total de 31 blogs que contienen un total de 158 entradas donde chicas adolescentes heterosexuales de entre 14 y 17 años narran sus relaciones amorosas y 147 entradas donde estas mismas adolescentes describen la ruptura de esas relaciones. Es lícito señalar la laboriosidad de la búsqueda del corpus por dos motivos.

En primer lugar, hubo que hacer una ardua búsqueda en la Red para intentar asegurar en la medida de lo posible que los blogs seleccionados hubieran sido escritos por adolescentes. Para ello, se hizo una inspección minuciosa de las entradas para verificar la coherencia de los datos y comprobar que no había contradicciones de información en las entradas. Asimismo, se comprobaron las indicaciones explícitas de género como son apodos (“soy tu nena”), nombres (“me encanta cuando me llamas Carolina, todo el mundo me llama Carol”) y otros enunciados con marcadores explícitos de género (“hoy tengo la regla”, “este sujetador me sienta fatal”).

En segundo lugar y una vez escogido un total de 67 blogs escritos por diferentes adolescentes, se seleccionaron sólo aquellos en lo que la misma adolescente narraba tanto la primera fase de la relación como la ruptura. Esto se debe a la creencia personal de que las conclusiones del estudio serían más fiables si había ocasión de analizar los diferentes posicionamientos discursivos adoptados por las mismas autoras al narrar las dos caras de la relación.

Finalmente sólo resta señalar que la muestra de análisis tiene un total de 9.218 enunciados que fueron recogidos entre febrero y mayo de 2007 y extraídos de páginas gratuitas y de libre acceso creadas para que los internautas puedan crear su blog personal.

### **Objetivos e hipótesis de trabajo**

Parto del supuesto de que el estudio de las estrategias discursivas empleadas por chicas adolescentes españolas heterosexuales en este tipo de COM revela unas estrategias discursivas concretas que son de una transformación en la concepción de la identidad de género en las nuevas generaciones. La hipótesis de partida en que se sustentan los objetivos del estudio es la siguiente: que el estudio del vínculo existente entre los posicionamientos discursivos adoptados por estas adolescentes y la explotación de un conjunto característico de estrategias de cortesía verbal<sup>2</sup> permiten ver cómo estas adolescentes construyen su identidad de género, se posicionan en el discurso y proyectan identidades y voces cambiantes.

En concreto, los objetivos concretos que se persiguen pueden ser expuestos de la siguiente manera: (1) llevar a cabo un ejercicio de psicología social discursiva que propone aplicar los conceptos teóricos procedentes de la psicología social a un discurso real; (2) explorar cómo estas chicas adolescentes españolas heterosexuales construyen y negocian sus versiones del mundo a través del discurso; y (3) reflexionar sobre sus implicaciones en cómo estos adolescentes y estas adolescentes construyen su identidad y la de otros.

### **Fundamentos de la psicología discursiva para el análisis de la construcción de identidad de género en la Red**

Dentro de la psicología social contamos con una extensa bibliografía donde se proponen diversas teorías que se centran en el concepto de relación, interdependencia, interacción e influencia (Mininni, 2001). Sin lugar a dudas, la teoría más consolidada es la teoría de la identidad social propuesta por Tajfel y Turner (1979) y que ha sido el motor de numerosos estudios posteriores (Fiske & Taylor, 1991; Hogg & Vaughan, 1998; Turner, 1981, 1982, 1985, 1987, entre otros). Esta teoría parte de dos premisas. La primera de ellas afirma que la sociedad se divide en diferentes grupos sociales que están organizados de forma jerárquica. La segunda de ellas sostiene que estos grupos sociales tienen adscritos unas

características concretas que hacen posible su identificación frente a otros grupos sociales.

Los fundamentos teóricos que sustentan la teoría de la identidad social y que son relevantes para mi propósito en el análisis de la construcción de la identidad de género podrían sintetizarse en tres procesos principales: (1) el proceso de **categorización social** que es el resultado de una tendencia innata a percibir semejanzas y diferencias con otros seres sociales que hace posible construir categorías sociales y estructurar mentalmente el mundo que nos rodea (Hogg & Vaughan, 1998); (2) el proceso de **comparación social** que nace de la percepción de semejanzas y diferencias que permite a un individuo, mediante un proceso de evaluación, sopesar y evaluar las características del grupo elegido frente a los restantes grupos (Leyens, Yzerbyt & Schadron, 1994); y (3) el proceso de **formación de la identidad social** que es el resultado directo del hecho de compararse con otros seres sociales y de atribuirse una categoría social concreta. La identidad social resultante no sólo otorga un conjunto de características al individuo como ser social sino que además determina la percepción que cada individuo tiene de los miembros que pertenecen a la misma categoría social (Turner, 1987).

A la hora de entender cómo estas adolescentes españolas construyen su identidad social, es necesario matizar lo siguiente. Si bien el proceso de comparación social como el proceso de categorización social están íntimamente ligados a la formación de la identidad social, el estudio de las narrativas de estas adolescentes pone de manifiesto que estos dos procesos producen consecuencias diferentes en dicha formación. Por un lado, la consecuencia de la comparación social es la aplicación del **efecto o principio de acentuación** en el que principalmente la autoestima del individuo y la formación de su identidad social se establecen en función de una evaluación positiva del endogrupo y una evaluación negativa del exogrupo. Por otro lado, la consecuencia del proceso de categorización social es la selección de entre un conjunto de factores de carácter motivacional que hacen que un individuo invoque para sí una identidad social concreta y asocie, por ende, a un grupo u a otro.

Siguiendo a Turner (1987), a través de la comparación social los individuos perciben las diferencias y similitudes que les permiten categorizarse dentro del grupo o fuera del grupo. De la misma manera, la identidad social que el grupo imprime en el individuo establece un comportamiento grupal determinado que responde a tres variables:

1. **Etnocentrismo** es el proceso por el cual un individuo tiende a evaluar positivamente los rasgos de su propio grupo en contraste con los rasgos de otros grupos.
2. **Favoritismo intergrupal** es el proceso por el cual un individuo adopta un comportamiento que beneficia a su propio grupo por encima de los otros grupos.

3. **Diferenciación intergrupala** es el proceso por el cual un individuo que conforma un grupo adopta un comportamiento que enfatiza las diferencias entre su propio grupo y los demás.

La valía de la teoría de la identidad para mis propósitos radica en el hecho de que la introspección de la teoría permite arrojar luz sobre cómo las internautas en mi estudio construyen sus identidades sociales al narrar sus desventuras amorosas y cómo a través de estas identidades negocian sus realidades antagónicas. En lo que sigue, centraré mi atención en los mecanismos discursivos mediante los cuales estas adolescentes españolas se autoasignan a una categoría concreta al plantear la concepción del *Yo* de una forma dinámica y para ello señalan todas las posibilidades que un individuo tiene al contrastarse a sí mismo con los del exogrupo, endogrupo y con los otros en general. De aquí surgen dos consecuencias: por un lado, se enfatizan las categorías disponibles que el individuo como *Yo* tiene para elegir y, por otro, se subraya el papel que juega el contexto a la hora de conseguir esa identidad.

### **Análisis de los posicionamientos discursivos**

Este estudio se ajusta a los postulados claves de la psicología discursiva en tanto en cuanto se acepta, por un lado, el papel crucial que juega el lenguaje en el proceso de categorización, comparación y adquisición de una identidad social y, por otro lado, se aborda el análisis de la identidad social como un fenómeno dinámico o como una construcción discursiva. Como afirma Lorenzo-Dus (2000):

Positioning is indeed a point endeavour, in which individuals present self-images that are then evaluated and, in turn, affirmed or subverted by the others. The process is not fixed but fluid and different self-images are presented at different stages (p. 29)

Sin embargo, el análisis tiene un enfoque discursivo más definido en la medida de que pretende identificar los posicionamientos que estas adolescentes adoptan para construir su identidad y las estrategias de cortesía verbal comunes en dichos posicionamientos en sus narrativas de experiencias amorosas. Es, precisamente, el estudio de las estrategias de cortesía verbal el que permite argumentar que al narrar las vivencias de sus relaciones amorosas y de desamor la conducta de estos adolescentes oscila entre su *Yo* individual y su *Yo* social. De aquí se desprende que estas chicas actúan como sujetos discursivos al negociar cómo hacer que las cosas sucedan. Este proceso está íntimamente ligado a la identidad social o características sociales que cada posicionamiento posee (Edley & Wetherell, 1997).

La indagación de los elementos afines existentes en las entradas analizadas permite establecer un conjunto de tres variables comunes a

todos los posicionamientos que se definen en términos positivos o negativos. Estas variables pueden ser expuestas como sigue:

1) **Agentividad.** Esta primera variable se define en función al grado de implicación que estas adolescentes asumen sobre la acción que están narrando. Las narrativas amorosas y de desamor ilustran una fluctuación en la implicación de la adolescente al presentarse desde una mera espectadora hasta una víctima de su relación.

2) **Responsabilidad.** Esta segunda variable está íntimamente ligada con el grado de implicación que estas adolescentes manifiestan. Así la negación de implicación en las acciones narradas implica una negación de la responsabilidad de estas adolescentes en dichas acciones.

3) **Intencionalidad.** Esta tercera variable es una consecuencia directa de la variable anterior. Una vez estas adolescentes asumen la responsabilidad de sus actos, el grado de intencionalidad se establece en relación al hecho de si ellas mismas eran o no conscientes de lo que hacían.

De la interconexión de estas tres variables es fácil darse cuenta de que la adopción de un posicionamiento u otro está en clara conexión con la imagen que estas adolescentes eligen para sí. De aquí surge el vínculo entre ambos conceptos de posicionamiento e imagen.

### ***Posicionamiento de unión***

Las narrativas amorosas de estas adolescentes se basan en la reducción del grado de autonomía como individuos y la búsqueda de afiliación con sus parejas. Dentro de este posicionamiento de unión presente en las narrativas amorosas, estas adolescentes invocan para sí el *Yo* liberado o el *Yo* sumiso. Por un lado, el *Yo* liberado se caracteriza por tener un grado bajo de autonomía ya que busca la inclusión en el exogrupo o categoría de “mujeres enamoradas” que viven para satisfacer las necesidades de sus parejas. Por otro lado, el *Yo* sumiso presenta un menor grado de afiliación y busca el perdón de las personas de las que están enamoradas sometiendo su voluntad y justificando cualquier acción que haya podido hacer enfadar a sus parejas.

### ***El Yo liberado***

Este posicionamiento invocado por estas adolescentes en sus narrativas amorosas expresa un contraste entre ellas mismas (*Yo* individual) y la categoría social a la que pertenecen e intentan abandonar (*Yo* social) y un contraste entre ellas mismas y su pareja a las que piden aprobación constante e intentan acercarse haciendo y diciendo todo lo que ellas creen que sus parejas quieren. Son dos los aspectos clave que fundamentan este

posicionamiento de unión. En primer lugar, estas adolescentes intentan hacer ver a sus parejas, a través de las entradas que cuelgan, que sus intereses y los de sus parejas son los mismos. Con ello, buscan describir su amor por su pareja como el motor que las ha hecho cambiar y mejorar como personas. Sus errores pasados, sus debilidades y sus defectos han quedado expuestos a la luz al conocer a su pareja y el camino para cambiarlo y, por ende, el agradecimiento eterno a su pareja queda manifiesto. En segundo lugar, la actitud empática y de unión con sus parejas busca satisfacer su ego masculino. Para ello, estas adolescentes evalúan de forma positiva a su pareja mediante la explotación de estrategias de cortesía verbal orientadas a satisfacer la imagen positiva de sus parejas.

Los rasgos característicos que presentan las tres variables que intervienen en este posicionamiento son:

[+] **Agentividad.** Estas adolescentes adoptan el *Yo* liberado y al narrar sus experiencias no distorsionan la realidad, sino que asumen la agentividad de todas las acciones y sus correspondientes actitudes y valores que caracterizaban a estas chicas antes de conocer y empezar a salir con sus parejas. Asimismo, señalan a sus parejas como el motor de su cambio y los que las han ayudado a adoptar nuevos valores y actitudes que las hacen mejor personas y las liberan de las cadenas del pasado.

[+] **Responsabilidad.** La aceptación de su agentividad viene ligada a una chica que se autopresenta como un individuo consciente de sus acciones. Es importante señalar que las narrativas tienen como denominador común la manipulación temporal donde se sitúan en el pasado los aspectos negativos que solían definir a estas adolescentes y en el presente la transformación que ha tenido en ellas con motivo de su relación.

[ - ] **Intencionalidad.** Estas adolescentes niegan la intencionalidad o justifican su actitud o personalidad a su falta de conocimiento en el pasado. Es, pues, su pareja la persona que les hace conscientes de sus limitaciones y les da la pauta para cambiar.

Este posicionamiento se sustenta en un elaborado trabajo de cortesía verbal que afecta tanto a la imagen de estas adolescentes como a la imagen de sus parejas. Así, se observa un doble proceso, por un lado, estas adolescentes deben destruir su imagen positiva al corroborar y confesar públicamente lo erróneo de sus actitudes y valores en el pasado. Por otro lado, este ejercicio sirve para construir una nueva imagen positiva como resultado de su relación amorosa. Para ello rechazan todas esas actitudes y valores que abrazaron en el pasado e intentan liberarse de esa categorización negativa gritando al mundo la transformación que ha tenido lugar en ellas como resultado de su relación amorosa.

En lo que se refiere a la imagen de sus parejas, la movilidad social individual de estas adolescentes no puede tener lugar sin la ayuda y la presencia de sus parejas. Por este motivo, las estrategias de cortesía verbal se orientan a satisfacer la imagen positiva de sus parejas y, para ello, magnifican sus características positivas. Dicho de otro modo, estas adolescentes caracterizan a sus parejas para definirse a sí mismas (Bell, 1996). Las siguientes entradas ilustran este posicionamiento y confirma que, en efecto, el *Yo* es un proyecto reflexivo, social y discursivo (Giddens, 1991).

#### Entrada 1. Adolescente 7S: 14 años

Te kiero mazo y kiero k to'l mundo lo sepa. Eres tan mono, y ese culillo k me vuelve loka y que no puedo dejar de tokar. Gracias a ti ya no soy la tupi k kreía k savia tó. Te kiero, te kiero y gracias a ti no soy la misma. Cuando veo mis fotos del año pasado no puedo creer k sea yo. Desde k estoi contigo me as enseñao a vestir, a bailar, a beber y a describir mi cuerpo junto al tuyo. Seré lo que tu quieres k sea pork soy mejor persona desde k te kiero. No me importa lo k diga mi madre te kiero y me piro contigo a tu pueblo, kiero hacerte feliz.

#### Entrada 2. Adolescente 15S: 16 años

Todo el mundo me dice que parezca otra, que estoy diferente que tengo algo especial y es por ti, porque tú me haces especial, porque tu eres especial. Yo no me había fijao pero es verdad, me paso las noches mirando nuestras fotos del facebook y estoy FELIZ. Me mola mazo que me digas lo que tengo que hacer, yo nunca sé lo que quiero. Bueno sí lo quiero eres tú. Antes era flipaá y ahora me has echo una mujer.

Estas entradas ilustran que este posicionamiento se basa en un proceso de desindividualización (“Seré lo que tu quieres k sea pork soy mejor persona desde k te kiero”). Como se puede apreciar en las entradas 1 y 2, la descripción de lo que significa su relación y su pareja para ellas se construye sobre la prioridad dada a la dimensión social que les garantiza el acceso a lo que estas adolescentes consideran una categoría social mejor (“Todo el mundo me dice que parezca otra, que estoy diferente que tengo algo especial”): la categoría de “mujeres enamoradas”.

De esta manera, se observa en las entradas cómo la conducta de estas dos adolescentes oscila entre la satisfacción de la dimensión personal o su *Yo* individual, antes de conocer a su pareja, tiempo en el que no era consciente de sus deficiencias (“cuando veo mis fotos del año pasado no puedo creer k sea yo. Desde k estoi contigo me as enseñao a vestir, a bailar, a beber y a describir mi cuerpo junto al tuyo”, “antes era una flipaá”). El proceso de transformación o liberación que, tras encontrar a su pareja, tiene lugar y les hace un individuo social capaz de reintegrarse al grupo normativo de mujeres enamoradas (“seré lo que tu quieres k sea

por k soy mejor persona desde k te kiero”, “tengo algo especial [...] antes era flipaá y ahora me has echo una mujer”) que viven para satisfacer las necesidades de su hombre (“No me importa lo k diga mi madre te kiero y me piro contigo a tu pueblo, kiero hacerte feliz”, “me mola mazo que me digas lo que tengo que hacer, yo nunca sé lo que quiero”).

Este proceso de cambio indica que el individuo está listo para formar parte del nuevo grupo social. Así, éste se edifica y apoya sobre la explotación de una serie de estrategias de cortesía que describen a su pareja de manera positiva. Las estrategias de cortesía verbal identificadas en las entradas analizadas están orientadas a satisfacer a la imagen positiva de sus parejas. Más concretamente, las estrategias encontradas en estas entradas están orientadas principalmente a buscar punto en común con sus parejas y, además, a señalar que los dos son uno y que cooperan en una actividad común. Esta búsqueda de puntos en común se fundamenta en una evaluación positiva que ensalza tanto de las cualidades físicas como morales de su pareja (“eres tan mono, y ese culillo k me vuelve loka y que no puedo dejar de tokar”, “porque tu eres especial porque tu eres especial”).

#### *El Yo sumiso*

Dentro del posicionamiento de unión en las narrativas de las experiencias amorosas de estas adolescentes, se encuentran evidencias en el análisis de las entradas para argumentar la auto-presentación como el *Yo* sumiso. Se diferencia del *Yo* liberado en la medida de que estas adolescentes no parecen buscar la unión con el exogrupo (sus parejas), sino que sólo busca que sus parejas aprueben el sistema de creencias, actitudes y valores que regulan el comportamiento de estas chicas. Así, el análisis de las entradas revela que el *Yo* sumiso presenta mayor grado de autonomía y menor grado de afiliación en relación al *Yo* liberado. Este tipo de entradas se centran en hechos sucedidos que pueden causar el enfado de sus parejas. Estas adolescentes intentan justificar lo que ha sucedido e imploran el perdón de sus parejas. Los aspectos clave del *Yo* liberado se pueden sintetizar en tres puntos concretos.

Primeramente, estas adolescentes evalúan negativamente a otras chicas, generalmente amigas que utilizan como ejemplo. A través de estos ejemplos concretos y las evaluaciones vertidas en las entradas se autodefinen en contraste con valores positivos y socialmente correctos.

En segundo lugar, es frecuente encontrar en las entradas la presencia de un chivo expiatorio al que responsabilizan de toda acción socialmente censurable (generalmente sus padres que les obligan hacer o decir cosas en contra de su pareja) y que buscan la autoexculpación de estas adolescentes a los ojos de sus parejas.

En tercer y último lugar, la introducción del chivo expiatorio viene ligada a una distorsión de la realidad que se fundamenta en la introducción de unas nuevas dimensiones que permitan a sus parejas entender y, de algún modo, justificar la actuación de sus novias.

En lo que respecta a las tres variables que intervienen en la adopción de este posicionamiento, los siguientes rasgos característicos pueden ser expuestos:

[ ± ] **Agentividad.** La distorsión de la realidad, arriba mencionada, se basa en un intento de manipular y persuadir a sus parejas. Estas adolescentes se valen de estrategias de cortesía verbal para orientar al bien una acción social que su pareja puede considerar censurable. Así, estas chicas se presentan como agentes de la parte positiva de la conducta, mientras que niegan su agentividad de todo hecho negativo que pueda causar el enfado de sus parejas. La agentividad de las acciones socialmente censurables acaba cayendo en un chivo expiatorio.

[ ± ] **Responsabilidad.** Como consecuencia, se observa nuevamente un doble proceso con respecto a la aceptación o rechazo de la responsabilidad sobre las acciones narradas en las entradas. Estas adolescentes no aceptan su responsabilidad por lo que manipulan la presentación de los hechos y muestran cómo sus preferencias personales quedan supeditadas a otras personas que han ejercido su voluntad. Padres, profesores o sus amigas son los causantes y responsables de lo sucedido.

[ ± ] **Intencionalidad.** Como resultado de la dualidad en las variables anteriores, estas adolescentes sólo asumen la intencionalidad de la acción positiva ya que si actuaron de esa manera es porque están enamoradas. El estudio de las entradas muestra que suelen negar explícitamente su mala intención.

El *Yo* sumiso vuelve a estar en íntima conexión con la explotación de estrategias de cortesía verbal que afectan tanto a la imagen de estas adolescentes como a la imagen de sus parejas. El análisis de las entradas pone de manifiesto que estas adolescentes invocan para sí unos valores nuevos y socialmente aceptables para construir su identidad individual nueva. Para ello, dañan su propia imagen positiva y así intentan defender que su sistema de creencias es diferente del sistema de los otros miembros del grupo en el que han sido categorizadas. Se definen como diferentes a sus padres, profesores y amigas. Las siguientes entradas ilustran los argumentos arriba expuestos:

Entrada 3. Adolescente 9S: 14 años

---

Soy una mierda y me lo merezco pero sabes que te quiero y sólo quiero k no te chines conmigo, perdon, perdón y mil veces perdón!! Ya estava lista cuando iba a salir mi madre me dijo que no iba a ningun sitio. No veas que putada y no tenía saldo en el movil y mi madre no me dejo el suyo y no te pude avisar y se lo dije a la Jenny por el Messenger pero tampoco tenia saldo, pero con esto kiero k sepas k te kiero, ke mi madre es la k anda jodiendome y k se k me vas a perdonar”

#### Entrada 4. Adolescente 31S: 15 años

Mi padre no quiere k te vea y me castigo el muy capuyo estaba to chinao porque el de mates me hizo quedarme castigada. Cari, cari, no te enfades conmigo, porfavor, porfavor no me dejes, yo no soy como ellas de verdad que no soy como la Pili y la Ana. Eran unas guarras y por eso te pusieron los tochos. Yo sé k me kieres y k me vas a perdonar. Mis padres dicen k eres un kinki pero no es verdad, solo yo te conozco y ellos no te conocen y no saben kien eres. yo se k m merzko k me ayas dejao y k la ostia k me diste fue sin kerer y k me lo merecía.

Como se puede apreciar en estas dos entradas, el *Yo sumiso* se construye sobre la explotación de una serie de estrategias de cortesía verbal que orientan al bien las acciones socialmente censurables cometidas por las autoras de las entradas. Así, estas adolescentes invocan unas características nuevas para construir su nueva identidad individual que les facilite la movilidad social a una categoría social mejor. En concreto, las estrategias de cortesía verbal están orientadas a compensar tanto el posible ataque directo de sus parejas como a compensar el daño a la propia imagen de estas adolescentes por los hechos sucedidos.

En lo que se refiere a las estrategias que compensan el ataque directo de sus parejas a la imagen del hablante, se puede afirmar que los actos discursivos producidos por estas adolescentes están basados en una estrategia abierta sin acción reparadora; es decir, no intentan mitigar los actos amenazantes para su propia imagen. Este hecho se debe al arrepentimiento que intentan mostrar en sus narraciones y a través del cual buscan el entendimiento y/o el perdón de sus parejas (“soy una mierda y me lo merezco pero sabes que te quiero y sólo quiero k no te chines conmigo”, “perdon, perdón y mil veces perdón”). El intento de evitar un ataque directo de sus parejas se contrarresta con la introducción de un chivo expiatorio (“cuando iba a salir mi madre me dijo que no iba a ningun sitio”, “mi padre no quiere k te vea y me castigo”, “el de mates me hizo quedarme castigada”) que utilizan para desviar la atención de lo sucedido y asegurar una razón que excuse el comportamiento que puede causar el enfado de sus parejas. La intención es, pues, bloquear las posibles evaluaciones negativas y las críticas de su comportamiento que pudieran llevar al enfado de su pareja (“cari, cari, no te enfades conmigo”) o la ruptura de la relación (“porfavor, porfavor no me dejes”).

En lo que concierne a las estrategias de cortesía orientadas a satisfacer la imagen positiva de estas adolescentes, el análisis de las entradas revela que, además de la introducción del chivo expiatorio, los actos discursivos producidos por estas adolescentes tienen como objetivo crear su nueva identidad individual a través de la nueva dimensión introducida. Así pues, el *Yo sumiso* conlleva una defensa y recategorización de la imagen positiva de estas adolescentes que les diferencian de los otros miembros (“yo no soy como ellas de verdad que no soy como la Pili y la Ana. Yo sé k me kieres y k me vas a perdonar”, “mis padres dicen k eres un kinki

pero no es verdad, solo yo te conozco y ellos no te conocen y no saben quien eres”). Para ello, introducen una nueva dimensión de comparación social que justifica su versión del mundo (“yo se k m merzko k me ayas dejao y k la ostia k me diste fue sin kerer y k me lo merecía”, “con esto kiero k sepas k te kiero, ke mi madre es la k anda jodiendome y k se k me vas a perdonar”).

### ***Posicionamiento de rechazo: El Yo castigador***

Una vez que la relación se ha roto, estas mismas adolescentes narran su visión de lo sucedido y redefinen no sólo su posicionamiento sino su sistema de creencias, valores y actitudes hacia su ex pareja. El análisis de las entradas donde se narran los desengaños amorosos pone de manifiesto que estas adolescentes se proclaman como representantes de los valores socialmente aceptables de los que se sirven para obtener los derechos discursivos e imponerse a su ex pareja. No es necesario señalar la fuerte carga emocional que caracteriza estas entradas como resultado del dolor de la ruptura. Más concretamente, estas adolescentes invocan para sí una identidad social que se basa exclusivamente en estrategias de exclusión. Para ello, se alinean con los demás miembros de su endogrupo (generalmente sus amigas u otras chicas que han pasado por una ruptura) y desde su identidad social critican el comportamiento de sus ex parejas. Como afirma Buttny (1993), las personas se unen a lo que la mayoría de los individuos piensan para apoyar su argumento. Así, las estrategias de exclusión que se identifican en las entradas responden a tres variables:

a) **etnocentrismo** a través del cual estas adolescentes establecen un comportamiento grupal determinado y normativo;

b) **favoritismo intergrupar** mediante el cual se adopta un comportamiento que beneficia a su grupo (las mujeres en general y el grupo de amigas de la adolescente en concreto) frente al exogrupo (los hombres en general y sus ex parejas en concreto); y

c) **diferenciación intergrupar** que señala no sólo cómo sus ex parejas dista del comportamiento grupal normativo, sino que además le proporciona las pautas a seguir.

Las estrategias de exclusión que estas adolescentes utilizan en sus narrativas establecen una clara división entre el grupo normativo y el exogrupo (van Dijk, 1993, p. 275). Como afirman Edwards y Potter (1992), las estrategias de exclusión no buscan el cambio social del endogrupo, sino que al definir qué miembros pertenecen o no al endogrupo, se refuerza la presentación positiva del grupo normativo y se consolida su posición de poder frente al exogrupo (Gergen, 1989). Establecida la línea divisoria que diferencia un grupo de otro, las estrategias de cortesía verbal que apoyan el posicionamiento adoptado

tiene como objetivo básico: humillar a sus ex parejas al exponer públicamente las acciones reprobables que han cometido y, por ende, que obligarles a que acaten las normas establecidas por el grupo normativo que ellas representan.

Son dos los aspectos clave en los que se fundamenta este posicionamiento. En primer lugar, la introducción de valores socialmente aceptados sobre los que se edifica el sistema de creencias del grupo normativo (Edwards, 1998). Tomando como referencia dichos valores, estas adolescentes se comparan socialmente con sus ex parejas y les categorizan como un elemento dañino que debe ser educado socialmente. En segundo lugar, y como consecuencia de lo anterior, estas adolescentes sirven al bien social y deciden disciplinar a sus ex parejas orientando sus actos discursivos a un ataque directo de la imagen positiva y negativa de sus ex parejas.

Con respecto a las tres variables que intervienen en la adopción de este posicionamiento, los siguientes rasgos característicos pueden ser expuestos:

[+] **Agentividad.** Estas adolescentes asumen un posicionamiento activo no sólo están dispuestas, sino dicen ser capaces de actuar sobre sus ex parejas para alterar su sistema de creencias y regular su conducta.

[+] **Responsabilidad.** Como representantes de los valores socialmente correctos se nombran portavoces de la verdad y se responsabilizan del ejercicio de poder disciplinario sobre sus ex parejas.

[+] **Intencionalidad.** Como consecuencia y en función de la legitimidad de sus actos, estas adolescentes admiten su intencionalidad discursiva.

Una vez estas adolescentes categorizan a sus ex parejas como un elemento dañino, sus ataques indiscriminados a todos los valores que sus ex parejas representan quedan justificados. Este aspecto está claramente vinculado a la explotación de las estrategias de cortesía verbal por parte de estas adolescentes. Por un lado, estas adolescentes demuestran su falta de interés por cooperar con sus ex parejas, lanzan ataques directos, insultos y acusaciones de todo tipo que tienen como objetivo destruir la imagen positiva de sus ex parejas. Por otro lado, y en lo que respecta a los ataques a la imagen negativa de sus ex parejas, estas adolescentes critican abiertamente su comportamiento. Las siguientes entradas ilustran este posicionamiento:

Entrada 5. Adolescente 14S: 15 años

Eres un mierda! Nosotras no somos como vosotros, solo queréis una tía que sea vuestra esclava nosotras buscamos el amor. cómo has podido joderme la vida! Eres malo. No quiero verte más, pagaría por no volver a verte en el insti. ojalá encuentres kien te

joda como tu me as jodido a mi. Eres un chinao de mierda, so moco k eres un moco. TE ODIO, no puedo soportarte, te echaría la pota si me hablas. Vete de mi vida, no me jodas más y vete a la mierda!!!!

#### Entrada 6. Adolescente 17S: 15 años

Qué decepción todos los tíos sois iguales unos mamones! yo no me merezco esto y lo sabes, no puedo creerme que me hayas engañao. Yo nunca te lo hubiera hecho, ya sabes que te quería más que a nadie. yo te lo e dao todo y aora me dejas tiraá. no me quieres y nunca me has querido, no tienes sentimientos. te has salido con la tuya eso es lo que querías dejarme. date el piro o te la vas a ganar, no kiero decirle al jonny que te parta la boca

Como resultado del efecto de acentuación, estas adolescentes acentúan las diferencia entre su endrogrupo y el grupo que sus parejas representan (“nosotras no somos como vosotros. Solo queréis una tía que sea vuestra esclava nosotras buscamos el amor”, “qué decepción todos los tíos sois iguales unos mamones”). De este modo, describen a sus ex parejas como un miembro dañino para el sistema (“cómo has podido joderme la vida! Eres malo”) que debe ser eliminado (“no quiero verte más, pagaría por no volver a verte en el insti”) o debe tener su castigo (“ojalá encuentres kien te joda como tu me as jodido a mi”). Una vez establecida la comparación social, el proceso de competición social da comienzo. Dicho de otro modo, estas adolescentes invocan para sí un *Yo* lleno de valores positivos (“yo no me merezco esto y lo sabes, no puedo creerme que me hayas engañao. Yo nunca te lo hubiera hecho, ya sabes que te quería más que a nadie”, “yo te lo e dao todo y aora me dejas tiraá”) que les dan la autoridad suficiente para evaluar negativamente a sus ex parejas (“eres un chinao de mierda”, “so moco k eres un moco”) y expresar sus sentimientos de rechazo (“te odio”, “no puedo soportarte, te echaría la pota si me hablas”).

Asimismo, la competición social empleada por estas adolescentes está apoyada en una serie de estrategias de cortesía verbal. En el caso del *Yo* castigador, estas adolescentes orientan sus actos discursivos al ataque directo de la imagen positiva y negativa de sus ex parejas.

En lo que se refiere a los ataques directos a la imagen positiva de sus ex parejas, los actos discursivos producidos devalúan su capacidad de amar (“no me quieres y nunca me has querido, no tienes sentimientos”) y sirven para acusar directamente a sus ex parejas de ser los culpables de la ruptura (“te has salido con la tuya eso es lo que querías dejarme”). En lo que concierne a los ataques directos a la imagen negativa de sus ex parejas, estas adolescentes prescriben el comportamiento a través de actos directivos de orden (“vete de mi vida, no me jodas más y vete a la mierda!!!!) y a través de directivos de orden en tono de advertencia (“date el piro o te la vas a ganar, no kiero decirle al jonny que te parta la boca”).

## Conclusiones

El presente estudio, deudor del construccionismo social, es un ejercicio de psicología social discursiva que sostiene que el discurso no es una mera herramienta para representar el mundo ya existente, sino que debe entenderse como un aspecto central para el entendimiento del nivel psicológico y la construcción de identidades sociales. Más concretamente, el estudio de las experiencias amorosas de estas adolescentes españolas heterosexuales en sus blogs ha puesto de manifiesto cómo el proceso de construcción de la identidad de género está apoyado en un complejo entramado de estrategias de cortesía verbal para categorizarse, compararse socialmente con sus parejas e invocar para sí una identidad concreta.

El análisis propuesto responde a una idea original que contribuye a esclarecer un asunto de interés en la bibliografía al plantear un marco combinado, como es la perspectiva psicológico-discursiva, para el análisis de las narrativas de estas adolescentes. Asimismo, el estudio detallado de las entradas puede ser considerado una contribución importante a la psicología social discursiva en la medida de que se articulan una herramientas concretas con las que analizar los posicionamientos discursivos y el proceso de construcción de la identidad de género ausente en los trabajos publicados en el campo (Ewards, 1998, Potter, 1996, 2003 & 2007, entre otros.). En concreto, se ha postulado que la activación de un posicionamiento u otro no es sino una construcción discursiva. A través de la variables propuestas ([ ± ] noción de agentividad, responsabilidad sobre la acción y la intencionalidad) ha sido posible proponer un claro vínculo entre los posicionamientos adoptados por estas adolescentes y un conjunto de estrategias de cortesía verbal que los sustentan.

## Notas

- 1 El presente estudio forma parte de un estudio más amplio que está financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación de España: “*Funciones discursivas: la evaluación en distintos tipos textuales*” (Ref. FFI2009-07308).
- 2 De entre todas las teorías de la cortesía verbal que han sido postuladas, el presente estudio sigue el modelo de Brown y Levinson (1987 [1978]). Esta elección responde al hecho de que esta propuesta no sólo es la más elaborada sino que tiene como objetivo ocuparse de los aspectos sociales de la comunicación e intenta estudiar los comportamientos humanos (Carrasco, 1992). Brown y Levinson definen a los seres sociales en términos de racionalidad e imagen. Por un lado, racionalidad se refiere a la posibilidad de aplicar un modelo específico de razonamiento que garantice la elección del curso adecuado de acción para conseguir el efecto deseado (Brown y Levinson, 1987, p. 64). Por otro lado, señalan que cada ser social tiene

una imagen pública que intenta preservar y proponen la existencia de una imagen negativa que tiene que ver con la posibilidad de tener la libertad individual de acción y de una imagen positiva que conlleva el deseo del hablante de ser aceptado socialmente. Dado que determinados actos verbales pueden amenazar ambas imágenes en el proceso de la interacción, Brown y Levinson desarrollaron un conjunto de estrategias de cortesía negativa y positiva que tienen como objeto mitigar cualquier amenaza potencial por medio de la cortesía verbal: a) abierta sin acción reparadores; b) abierta con acción reparadora con cortesía positiva; c) abierta con acción reparadora con cortesía negativa; d) encubierta; y e) evitar el acto amenazante para la imagen del otro.

### Bibliografía

- Bargh, J. A., McKenna, K. Y., & Grainne, M. (2002). *Can you see the real me?* Activation and expression of the true self on the Internet. *Journal of Social Issues*, 58, 1, 33-48.
- Becker, J. A. H., & Stamp, G. H. (2005). Impression management in chat rooms: A grounded theory model. *Communication Studies*, 56, 243-260.
- Bell, A. (1996). The talking wounded. *Sassy*, 2, 9, 74-77.
- Brown, P., & Levinson, S. C. (1987). *Politeness. Some Universals in Language Usage*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Buttny, R., (1993). *Social Accountability in Communication*. London: Sage.
- Cadle, L. (2005). *A Public View of Private Writing: Personal Weblogs and Adolescent Girls*. PhD Dissertation. Bowling Green State University.
- Carrasco, A. (1999). Revisión y evaluación del modelo de cortesía de Brown y Levinson. *Pragmalingüística*, 7, 1- 44.
- Chung, D., & Nam, C. S. (2007). An analysis of the variables predicting instant messenger use. *New Media and Society*, 9, 2, 212-234.
- DiMaggio, P., Hargittai, E., Neuman, W. R., & Robinson, J. P. (2001). Social implications of the Internet. *Annual Review of Sociology*, 27, 307-36.
- Dijk, T. A., van (1993). Principles of critical discourse analysis. *Discourse and Society*, 6, 2, 249-283. London: Sage.
- Edley, N., & Wetherell, M. (1997). Jockeying for position: The construction of masculine identities. *Discourse and Society*, 8, 203-217.
- Edwards, D. (1998). The relevant thing about her: Social identity categories in use. En C. Antaki & S. Widdicombe (Eds.), *Identities in Talk* (pp. 15-33). London: Sage.
- Edwards, D., & Potter, J. (1992). *Discursive Psychology*. London: Sage.
- Fischman, J. (2008). Dear Professor, Students want to chat with you, *Chronicle.com*, Wired Campus. <http://chronicle.com/wiredcampus/>

- article/3384/dear-professor-students-want-to-chat-with-you (Acceso: 26 de septiembre de 2009).
- Fiske, S. T., & Taylor, S. E. (1991). *Social Cognition*. (2<sup>nd</sup> Ed). New York: McGraw-Hill.
- Gains, J. (1999). Electronic mail: A new style of communication or just a new medium? An investigation into the text features of e-mail. *English For Specific Purposes*, 18, 1, 81-101.
- García Gómez, A. (2009). Teenage girls' personal weblog writing: Truly a new gender discourse. *Information, Communication and Society*, 12, 5, 611-638.
- Gergen, K. (1989). Warranting voice and the elaboration of the self. En J. Shotter & K. Gergen (Eds.), *Texts of Identity* (pp. 254-273). New York: Praeger.
- Giddens, A. (1991). *Modernity and Self-Identity*. Cambridge: Polity Press (in association with Blackwell).
- Gouti, G. (2006). Intercambios en los foros de debate: algunos elementos de reflexión para un acercamiento lingüístico. *Estudios de Lingüística del Español*, 24. Disponible en: <http://elies.rediris.es/elies24/gouti.htm> (Acceso: 26 de septiembre de 2009).
- Herring, S. C. (2007). A faceted classification scheme for computer-mediated discourse. *Language@Internet*. Disponible en: <http://www.languageatinternet.de/articles/761> (Acceso: 26 de septiembre de 2009).
- Herring, S., Kouper, I., Scheidt, L. A., & Wright, E. (2004). Women and children last: The discursive construction of weblogs. En L. Gurak, S. Antonijevic, L. Johnson, C. Ratliff, & J. Reyman (Eds.), *Into the Blogosphere: Rhetoric, Community, and Culture of Weblogs*. Disponible en: [http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/women\\_and\\_children.html](http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/women_and_children.html) (Acceso: 26 de septiembre de 2009).
- Hogg, M. A., & Vaughan, G. M. (1998). *Social Psychology*. London: Prentice Hall.
- Holmes, J. (1995). *Women, Men and Politeness*. New York: Longman.
- Huffaker, D. A., & Calvert, S. L. (2005). Gender, identity, and language use in teenage blogs. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 10, 2, article 1. Disponible en: <http://jcmc.indiana.edu/vol10/issue2/huffaker.html> (Acceso: 26 de septiembre de 2009).
- Leyens, J. P., Yzerbyt, V., & Schadron, G. (1994). *Stereotypes in Social Cognition*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Litosseliti, L. (2006). *Gender and Language. Theory and Practice*. London: Hodder Arnold.
- López Alonso, C. (2006). El correo electrónico. *Estudios de Lingüística del Español* 24. Disponible en: <http://elies.rediris.es/elies24/lopezalonso.htm> (Acceso: 26 de septiembre de 2009).
- Lorenzo Dus, N. (2000). *The Discursive Co-construction of Participants' Identities in the Television Talk Show Kilroy*. Unpublished doctoral dissertation. University of Wales, Cardiff.

- Meyer, C. F. (2003). The world wide web as linguistic corpus. En P. Leistyna & C. F. Meyers (Eds.), *Corpus Analysis: Language Structure and Language Use* (pp. 241-254). Amsterdam: Rodopi.
- Mininni, G. (2001). Interlocutionary scenarios as negotiation of diatextual power. En E. Weigand (Ed.), *Negotiation and Power in Dialogic Interaction* (pp. 107-122). Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins.
- Mortensen, T. E. (2004). Personal publication and personal attention. En: L. Gurak, S. Antonijevic, L. Johnson, C. Ratliff, & J. Reyman (Eds.), *Into the Blogosphere Rhetoric, Community, and Culture of Weblogs*. Disponible en: [http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/weblogs\\_and\\_the\\_public\\_sphere.html](http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/weblogs_and_the_public_sphere.html) (Acceso: 26 de septiembre de 2009).
- Potter, J. (1996). *Representing Reality: Discourse, Rhetoric and Social Construction*. London: Sage.
- Potter, J. (2003). Discourse analysis and discursive psychology. En P. M. Camic, J. E. Rhodes & L. Yardley (Eds.), *Qualitative Research in Psychology: Expanding Perspectives in Methodology and Design* (pp. 73-949). Washington, DC: American Psychological Association.
- Potter, J. (Ed.) (2007). *Discourse and Psychology: Volume III, Discursive Psychology*. London: Sage.
- Scheidt, L. A. (2006). Adolescent diary weblogs and the unseen audience. En D. Buckingham, & R. Willett (Eds.), *Digital Generations: Children, Young People and New Media* (pp. 109-149). London: Lawrence Erlbaum.
- Speer, S. A. (2005). *Gender Talk: Feminism, Discourse and Conversation Analysis*. London and New York: Routledge.
- Sveningsson Elm, M. (2009). How do various notions of privacy influence decisions in qualitative internet research? En A. N. Markham, & N. K. Baym (Eds.), *Internet Inquiry: Conversations about Method* (pp. 69-87). Los Angeles: Sage.
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. En W. G. Austin, & S. Worchel (Eds.), *The Social Psychology of Interpersonal Relations* (pp. 33-47). Monterey, CA: Brooks/Cole.
- Turner, J. C. (1981). The experimental social psychology of intergroup behaviour. En J. C. Turner, & H. Giles (Eds.), *Intergroup Behaviour* (pp. 66-101). Oxford: Blackwell.
- Turner, J. C. (1982). Towards a cognitive redefinition of the social group. En H. Tajfel (Ed.) *Social Identity and Intergroup Relations* (pp. 15-40). Cambridge: Cambridge University Press.
- Turner, J. C. (1985). Social categorisation and the self-concept: A social cognitive theory of group behaviour. En E. J. Lawler (Ed.) *Advances in Group Processes*, Vol. 2 (pp. 77-121). Greenwich, CT: JAI Press.
- Turner, J. C. (1987). *Rediscovering the Social Group: A Self-Categorisation Theory*. New York: Basil Blackwell.
- Yus Ramos, F. (2002). *Ciberpragmática. El uso del lenguaje en Internet*. Barcelona: Ariel.

**Antonio García Gómez**, doctor en filología inglesa con premio extraordinario por la Universidad Complutense de Madrid, es Profesor Titular de la Universidad de Alcalá de Henares de Madrid (España). Sus intereses investigadores se centran en el estudio del conflicto verbal en los medios de comunicación desde un enfoque psicológico-discursivo. Más recientemente sus publicaciones estudian los procesos de creatividad lingüística presente en la construcción de la identidad de género en la Comunicación Mediada por Ordenador.