



TRABAJO FIN DE GRADO

GRADO EN LENGUA Y LITERATURA ESPAÑOLA

CURSO ACADÉMICO 2023/2024

CONVOCATORIA JUNIO

**LA SINTAXIS EN PUBLICACIONES VIRALES ENTRE LA
GENERACIÓN Z EN LA RED SOCIAL X**

AUTOR: Rafael de la Cruz Barrios, Andrea

DNI: 04243183M

TUTOR: Gil de la Puerta, Macarena

En Fuenlabrada, a 17 de junio de 2024

Tabla de contenido

I.	Introducción	3
1.	Objeto de estudio.....	3
2.	Justificación.....	3
3.	Objetivos	3
4.	Hipótesis.....	4
5.	Estado de la cuestión.....	4
6.	Metodología	6
II.	Marco teórico	8
1.	La sintaxis y sus variantes.....	8
2.	Lenguajes de poder y sus posiciones.....	9
3.	Las publicaciones y la sintaxis	11
III.	Desarrollo y análisis sintáctico.....	13
1.	La sintaxis en X.....	13
2.	El corpus	14
3.	Análisis sintáctico	16
3.1.	Sujeto + Gerundio	16
3.2.	(Sujeto) + Cuando	17
3.3.	“Y no admito discusión”	19
3.4.	“A veces (...) y otras veces (...)”	20
3.5.	Sujeto + sin saber	22
3.6.	Sujeto + sintagma preposicional.....	23
3.7.	Dime que (...) sin decirme que (...).....	25
3.8.	Hilos	27
3.9.	Valoración general.....	29
IV.	Conclusiones	31
V.	Bibliografía	33

I. Introducción

1. Objeto de estudio

El presente trabajo pretende poner en práctica los conocimientos sintácticos adquiridos a lo largo de la carrera, mediante el análisis de un conjunto de publicaciones virales de la actual red social X.

2. Justificación

La temática de este trabajo no ha sido arbitraria, puesto que tenía dos condicionantes. El primero consistió en el propio interés por la materia escogida, es decir, la sintaxis. El segundo requisito era que involucrase a la actualidad. El siglo XXI está profundamente marcado por el uso de las redes sociales. Por ello, las publicaciones estudiadas provienen de X, anteriormente conocida como Twitter. La 26ª edición de *Navegantes en la Red de la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación* (AIMC) asegura que X/Twitter es la tercera red social más utilizada por los internautas, con un 44,1 %.

La combinación de la sintaxis con la plataforma X puede ser innovadora e interesante, no solamente como motivo de estudio de este trabajo, sino también para demás personas relacionadas con el mundo de la lingüística o de la comunicación. Asimismo, puede arrojar luz sobre futuras líneas de investigación, ya que las redes sociales se rigen por una actualización constante, lo que implica una gran cantidad de corpus renovado y listo para ser analizado.

3. Objetivos

El objetivo general del trabajo es perfilar qué tipo de sintaxis es la que se adapta a los numerosos esquemas de las publicaciones que se hacen virales entre los jóvenes. En las redes sociales se popularizan diferentes construcciones con las que los usuarios suelen simpatizar y, posteriormente, las suelen recrear, variando el contenido y creando así más.

Para poder lograr esa meta, se contempla una serie de objetivos específicos. En primer lugar, identificar qué patrones de *post* se suelen repetir en el apartado “Para ti” de la aplicación X. Concretamente, en los mensajes que frecuentan las personas

pertenecientes a la Generación Z, es decir, los nacidos entre 1996 y 2012 según el Pew Research Center. Se han escogido las publicaciones compartidas por este grupo, debido a que, como afirman Barba Rodríguez y Valenzuela Núñez (2024), son “verdaderos nativos digitales, nacidos con un dispositivo móvil en la mano, hiperconectados, reflejan espontáneamente su identidad en su vida online, predominantemente en redes sociales”.

Como segundo objetivo específico se encontraría la clasificación de estos mensajes *online* en grupos y construcciones sintácticas fundamentales, basadas en la *Nueva gramática de la lengua española* (2009). La intención es analizar las características sintácticas de esas publicaciones cuyos patrones se repiten en otros usuarios.

En relación con el punto anterior, el tercer objetivo específico consiste en, una vez analizados sintácticamente los modelos de post, identificar cuál es la construcción sintáctica más concurrida y si las publicaciones estudiadas poseen algún rasgo en común.

El cuarto y último objetivo específico es valorar globalmente el empleo de la sintaxis en la red social X.

4. Hipótesis

En consecuencia, la hipótesis de este trabajo es que la sintaxis cambia significativamente en las redes sociales, respecto a la sintaxis tradicional empleada en ámbitos académicos. En especial entre los jóvenes, que son quienes innovan y renuevan las formas de expresión, alterando así esta parte de la gramática, la cual se adapta dependiendo de las necesidades y gustos popularizados en las redes sociales como X.

5. Estado de la cuestión

La red social X, conocida anteriormente como Twitter, es “un reflejo fiable de la sintaxis coloquial”, puesto que “se intenta potenciar la inmediatez comunicativa, de tal manera que encontramos realizaciones muy parecidas a la conversación cotidiana y con las mismas características” (Pérez Béjar, 2015).

Es evidente que el estilo de escritura empleado en estas plataformas difiere del usado de forma tradicional, puesto que se acerca más a la oralidad. De hecho, “muchos

de los rasgos gramaticales propios de una conversación informal están presentes” (Germán Ivars, 2004). Se podría catalogar como una “sintaxis coloquial” (Pérez Béjar, 2015).

En relación con lo anterior, también se hace uso de términos como “sintaxis elíptica” o “sintaxis telegráfica”. La primera consiste en “dejar implícito cualquier tipo de información que se supone que el interlocutor sabrá extraer por sí solo”. La segunda se refiere a eliminar todo aquello que el lector puede entender sin esfuerzo alguno (Germán Ivars, 2004).

Sin embargo, existe la perspectiva de que “los cambios que los jóvenes hacen cuando utilizan el lenguaje en el chat no afectan la sintaxis, ni la semántica, es decir el ordenamiento de las palabras, una vez comprendido su significado individual, genera una idea coherente y comprensible, por lo tanto, el significado también aparece en algún momento. Lo que básicamente alteran es la ortografía de las palabras” (González y Santa María, 2014). Esto encuentra una explicación, de nuevo, en la rapidez y el ahorro de tiempo, ya que “el tiempo simultáneo que viven los internautas requiere de respuestas inmediatas, el tiempo nunca será suficiente para aprovechar todo lo que ofrece la red, por ello, se interpreta como una pérdida de tiempo escribir una palabra completa” (González y Santa María, 2014).

Por el contrario, existe otra vertiente que afirma que “en relación con la sintaxis también se puede señalar una práctica lingüística propia para cada actor con rasgos comunes (con pocos elementos de conexión) vinculados al medio (brevedad) (...) y con estructuras muy marcadas que se repiten de modo que facilita (casi estandariza) su producción” (López y García Orosa, 2019).

Asimismo, “los elementos lingüísticos tienen una adaptación a la red, algunas innovaciones comunes y una selección estratégica de los mismos que identifica a simple vista al autor del mensaje independientemente del contenido e implica la existencia de estilemas individualizadores (idiolectos). Estos estilemas o idiolectos presuponen una estrategia individualizada que es capaz de crear una identidad lingüística en Twitter a través de rasgos ortotipográficos específicos, léxico propio (con la presencia de nuevos elementos), hashtag, iconos, enlaces, sintaxis o con la presencia o ausencia que comienza a individualizar las innovaciones comunes comentadas y a crear identidades lingüísticas en la red social” (López y García Orosa, 2019).

Es innegable que las redes sociales han supuesto un antes y un después en el lenguaje, debido a que “plantean una reestructuración de las formas de interacción entre los individuos”, lo que supone “una nueva etapa en la historia de la comunicación humana, la de la escritura electrónica interactiva” (Germán Ivars, 2004).

6. Metodología

La población para estudiar es la Generación Z, es decir, aquellas personas nacidas entre 1996 y 2012. Esto se debe a mi propia pertenencia a dicho grupo, lo que hace que el análisis de las publicaciones sea más ameno y próximo. Asimismo, en 2022 la red social Twitter, publicó un estudio en colaboración con Bread Studio, llamado “La Gen Z en Twitter”. Esta investigación fue realizada de forma cualitativa y cuantitativa, entre los jóvenes de España perteneciesen a dicha generación y que estuvieran activos en la plataforma. Comscore aseguró en sus últimos datos de alcance que el 61 % de la Gen Z está en Twitter, sobreponiéndose así sobre el resto de las generaciones. Cabe destacar que el 27 % de las publicaciones pertenecen a este grupo y que suponen un promedio de 2,16 millones de Tweets diarios (X Blog, 2022).

La muestra seleccionada para la investigación consta de treinta y una publicaciones repartidas en ocho categorías, dependiendo de su estructura sintáctica. El instrumento utilizado para la recolección de datos es la observación, no participante, de publicaciones en la red social X. Una vez detectados los modelos de interés, se ha procedido a la búsqueda de más post mediante palabras claves. Estas palabras son las que más se repetían en las construcciones seleccionadas en el primer proceso, es decir, en la observación. Por último, se ha clasificado todas las publicaciones, obedeciendo a qué tipo de construcción sintáctica pertenecían, y se ha contado cuántos ejemplos hay en cada clase.

Seguidamente, la técnica de análisis de datos empleada consiste en analizar sintácticamente cada categoría (ocho en total) para ver sus particularidades de forma general y, posteriormente, estudiar también cada uno de los ejemplos (treinta y uno en total), para así determinar sus características individuales. Cada categoría poseerá sus propios rasgos, puesto que se han agrupado para que cada clasificación comparta el mismo modelo de publicación, pero variando el contenido. Por ello, se comprobará cómo teniendo una misma estructura sintáctica, se cambia el mensaje con otros elementos. El criterio para efectuar el análisis sintáctico se basará en lo dispuesto en *la*

Nueva Gramática de la Lengua Española (2009), concretamente en los volúmenes dedicados a la morfología y a la sintaxis.

Por todo ello, la metodología elegida para este estudio es la investigación cualitativa, debido a que los datos recopilados y analizados son no numéricos. El fin de este trabajo es demostrar cómo la sintaxis se adapta a nuestras necesidades a la hora de seguir tendencias en el entorno comunicativo que supone ser partícipe de una red social como X.

II. Marco teórico

1. La sintaxis y sus variantes

La sintaxis es definida por la Real Academia Española en su *Glosario de Términos Gramaticales* como “parte de la gramática que estudia el modo en el que se combinan las palabras para formar unidades mayores (sintagmas y oraciones), así como la forma y el significado de tales expresiones complejas” (2019).

En este trabajo, al tratarse de la sintaxis en un determinado contexto, concretamente en la red social X, se empleará el concepto de sintaxis coloquial. Antonio Narbona asegura que “va camino de convertirse en una de las prácticas idiomáticas más extendidas la que se lleva a cabo *chateando* o *tuiteando* (...) o enviando (y recibiendo) mensajes por *SMS* (...) o a través del *wasap*” (2019). No es de extrañar lo declarado por Narbona, puesto que hoy en día la gran mayoría de personas son usuarios de estas plataformas, algunos en mayor o menor medida. Estos medios persiguen la inmediatez comunicativa, especialmente X. Por ello, la sintaxis desarrollada es la coloquial, puesto que los mensajes son muy similares a los expresados en una conversación del día a día y comparten rasgos como los errores gramaticales o la dependencia con el contexto temporal (Pérez Béjar, 2015).

Gran parte de los usuarios de X publican sus pensamientos, deseos, estados de ánimo o experiencias personales, entre otros, como si se lo transmitiesen a alguien de su círculo cercano. En efecto, constituyen conversación o dialogo en tiempo real, pero de forma escrita.

Asimismo, es una red social limitada en cuanto a caracteres, concretamente 280. En consecuencia, el usuario debe ser muy selectivo para intentar expresar lo deseado en un espacio reducido. Por eso, se persigue una sintaxis coloquial, simplificada e incluso a veces “telegráfica” como sostiene Germán Ivars (2004). La sintaxis telegráfica es aquella que suprime “preposiciones, conjunciones, artículos..., es decir, todas las partículas que puedan sobreentenderse sin apenas dificultad” (German Ivars, 2004).

Con relación a las anteriores nociones de sintaxis, también se puede hablar de una sintaxis “elíptica”. Germán Ivars la explica como aquella en la que “los participantes suelen dejar implícito cualquier tipo de información que se supone que el interlocutor sabrá extraer por sí solo” (2004). Como resultado el receptor debe estar

totalmente activo en cuanto a la comprensión del mensaje, porque implica un esfuerzo mayor el tratar de entender lo que el emisor pretende transmitir.

Inclusive, la sintaxis que se maneja en las redes sociales se puede percibir como “distorsionada o fragmentada y poco elaborada” (Germán Ivars, 2004). Esto se debe al carácter conciso que la propia plataforma requiere, debido a que delimita la extensión de sus mensajes, como se ha mencionado anteriormente. En consecuencia, el usuario no puede expresar de manera amplia y elaborada lo que quiere transmitir, además de que el contexto comunicativo quizás tampoco es el más adecuado. El contenido que se consume mayoritariamente es distendido, por lo que no tienen cabida la subordinación o los conectores, por ejemplo. Se persigue una sintaxis simple y rápida, con los elementos que sean necesarios para la comprensión.

De igual modo, es necesario trabajar sobre *Relevance. Comunicación and Cognition* (1986) de Deirdre Wilson y Dan Sperber. Estos autores proponen la teoría de la relevancia, que se sustenta en que la información que un receptor recibe del emisor es apta para considerarse relevante. Según Sperber y Wilson, citado por Villamor Iglesias (2018), “cualquier información (por caso, auditiva o visual) es significativa para un sujeto cuando se relaciona con una información previamente almacenada por el sujeto”. Es decir, el criterio para que el receptor repare en si una información es importante o no, es que esta le repercute. Por ello, es crucial tener en cuenta esta teoría, ya que en las redes sociales se interactúa con aquello con lo que se simpatiza o con lo que importa. El usuario, inconsciente o conscientemente, omitirá todo aquello que no es relevante para su persona.

2. Lenguajes de poder y sus posiciones

“La historia de la humanidad está escrita con palabras, las palabras han cambiado el rumbo de la historia y a través de la historia también las palabras han cambiado” (González y Santamaría, 2014).

Es sabido por todos el poder del lenguaje, pero ¿y el lenguaje de poder? Se podría concebir este término como algo político o social, pero, en el contexto del trabajo, lenguaje de poder es “una forma rebelde de usar el lenguaje, pero no se entienda rebelde como una debilidad, en el arte y en la ciencia la rebeldía es una virtud, es sinónimo de libertad, y finalmente la educación debe conducir a la libertad” (González y Santamaría, 2014).

Es decir, en las redes sociales el lenguaje empleado es el de poder, ya que los usuarios escriben sus posts desde la libertad plena. No hay ninguna imposición que les prohíba diseñar sus publicaciones mediante un patrón, con un contenido determinado y con palabras vetadas. En este sentido, la plataforma analizada, X, goza de bastante libertad de expresión, evidentemente dentro de unos límites, por lo que sus participantes pueden hablar el lenguaje de poder.

Sin embargo, existen dos tipos de posturas ante la libertad que implica el lenguaje de poder. Umberto Eco, citado por González y Santamaría (2014), alude a las posiciones que ocuparon algunos críticos con la aparición de la televisión. En primer lugar, la posición “apocalíptica” es aquella que considera que el fin de la cultura ha llegado con la inclusión de la tecnología. Por otro lado, se encuentra la posición “integrada” que encuentra en la tecnología una oportunidad para conocer otro tipo de lenguaje, con características diferentes al tradicionalmente conocido.

Es importante tener presente las posiciones “apocalípticas” y las “integradas”, ya que, en cuanto a las redes sociales, la opinión generalizada es que el lenguaje se empobrece, desconociendo así las reglas gramaticales y simplificando al máximo el mensaje.

De hecho, en el X Congreso para profesores de español organizado por Cervantes Escuela Internacional, Ignacio Bosque y José María Merino manifestaron inquietud por el nivel de comprensión lectora de los jóvenes y el empobrecimiento del idioma debido a las redes sociales. Merino declaró que “una cosa que han traído las nuevas tecnologías es precisamente hacer un lenguaje, mucho más breve, utilizar menos palabras, creer además que lo bueno es poder decir mucho con pocas palabras. Cada palabra que perdemos nos deja más indefensos frente a la realidad” (Pedrosa, 2020).

Es fácil empatizar con las palabras expresadas por Merino y reflexionar sobre la certeza que hay en ellas. Se debe distinguir los tipos de contextos para así adecuar el lenguaje. Esto es saber cuándo “poder decir mucho con pocas palabras” y cuándo no. Quizás ahí reside el problema, en que hay hablantes que emplean el lenguaje informal de las redes sociales en todos los ámbitos, conformando así una lengua empobrecida con desinterés en la gramática.

No obstante, este tipo lenguaje de poder empleado en el siglo XXI no se puede cambiar ni intentar parar. Por ello, se debería aprovechar esta oportunidad para esbozar nuevas líneas de investigación y, de esta manera, disfrutar del *corpus* existente en estas plataformas, que puede resultar casi ilimitado.

3. Las publicaciones y la sintaxis

El chat conforma un espacio liderado por la libertad y la diversidad, tanto de opiniones como de contenido. Es por ello por lo que cada usuario elige qué expresar y de qué forma. La sintaxis empleada es una elección que pertenece a cada participante, aunque existan construcciones que se viralicen y, en consecuencia, se repitan. Por ejemplo, *si soy*. Los usuarios de X hacen uso de esta oración cuando se identifican personalmente con un contenido determinado. Igualmente, suele ir acompañado de alguna imagen, video o GIF que apoye esa afirmación o también es común que sea una respuesta a otra publicación. Es preciso aclarar que esta oración, en la mayoría de los casos, se ha viralizado de una forma incorrecta, puesto que debería contener tilde el sí.

¿La sintaxis es propia de cada usuario o, por el contrario, el lenguaje de redes no afecta a esta rama de la gramática?

García Orosa y López García (2019) consideran que cada actor ejerce una práctica sintáctica propia con elementos comunes y “con estructuras muy marcadas que se repiten de modo que facilita (casi estandariza) su producción. Para ellos, “los elementos lingüísticos tienen una adaptación a la red, algunas innovaciones comunes y una selección estratégica de los mismos que identifica a simple vista al autor del mensaje independientemente del contenido e implica la existencia de estilemos individualizadores (idiolectos)”. En otras palabras, opinan que, aunque cada usuario tenga marcada una estrategia individual, lo que realmente se persigue es la creación de una identidad lingüística, en este caso en X. Esta unidad lingüística se puede alcanzar mediante elementos como un vocabulario propio, construcciones sintácticas virales, emoticonos, *hashtags*, *memes* o enlaces, entre otros.

Por el contrario, González y Santa María (2014) declaran que la sintaxis utilizada en la *web* obedece a las formas tradicionales “interrelacionando sujeto, verbo y complementos sin generar dificultades en su interpretación”. Por tanto, creen que el lenguaje de los jóvenes en las redes sociales no tiene ningún efecto ni en la sintaxis ni en la semántica. Lo explican de la siguiente manera: “los jóvenes realizan algunos

cambios al lenguaje conservando lo más esencial, su sintaxis (orden sistemático) y su semántica (significados), los cambios más relevantes se realizan a nivel de la forma de escritura de las palabras”. Esto significa que consideran que solamente se generan cambios en lo que tiene que ver con la ortografía, no relacionado a sintaxis ni a la semántica.

III. Desarrollo y análisis sintáctico

1. La sintaxis en X

La sintaxis empleada en la red social X se puede definir como “coloquial”. Esto se debe a la cantidad de “recursos comunes en la oralidad” que presenta (Pérez Béjar, 2015). Por ejemplo, se aprecia la función apelativa y expresiva en forma de vocativo; imperativos; interrogaciones normales y retóricas; interacciones, etc. (Germán Ivars, 2004).

Además, la manera de interactuar con el receptor es totalmente informal. La conversación establecida entre usuarios es tan directa que se asemeja al diálogo entre conocidos o incluso amigos. “El participante del chat puede permitirles algunas licencias que posiblemente no se permitiría en la conversación directa *in praesentia*” (Germán Ivars, 2004).

A esto se le suma la inmediatez comunicativa que la propia plataforma asume tener, es decir, son mensajes confeccionados de manera rápida y concisa. X limita los mensajes publicados a doscientos ochenta caracteres, aunque existe la posibilidad de crear “*post* más largos”, denominados así por la propia red social. Este tipo de publicaciones cuentan con hasta cuatro mil caracteres. Asimismo, tanto los mensajes comunes como los largos pueden ir acompañados de una serie de recursos, que pueden complementar o apoyar la información presentada en los caracteres. Estos complementos suelen ser imágenes, vídeos o GIF.

Al ser posible la ampliación de caracteres, es más fácil que la forma de la escritura se acerque más a las formas tradicionales o que se evite la “sintaxis telegráfica”. Según Germán Ivars (2004) este tipo de sintaxis se basa en eliminar todos aquellos elementos que el receptor puede entender fácilmente, es decir, las preposiciones, las conjunciones o los artículos, entre otros. Se suprimen debido a que, aunque complementan el mensaje y lo hacen más correcto gramaticalmente, sin ellos el mensaje puede seguir teniendo sentido. Cuando se limita la extensión del mensaje, como es el caso de X, es más sencillo prescindir de estas unidades sintácticas que de otros elementos que son necesarios para la comprensión total del mensaje. Esta práctica no tiene lugar en el discurso oral.

Como consecuencia de la brevedad, Germán Ivars declara que “la sintaxis resulta distorsionada o fragmentada y poco elaborada”. Es frecuente buscar un contenido muy simplificado. Esto es sin subordinación, con tiempos verbales simples y sin conectores. Por su parte, Antonio Narbona manifiesta que esta “oralidad escrita” se aleja considerablemente del ideal estilístico perseguido (2019).

Por otro lado, Germán Ivars (2004) menciona la “sintaxis elíptica”, que se caracteriza por dejar implícita la información que el receptor puede entender por sí mismo. Esto conecta con la teoría de la relevancia.

La teoría de la relevancia fue formulada por Deirdre Wilson y Dan Sperber en *Relevance. Communication and Cognition* (1986). Expone que la información que un receptor recibe del emisor es susceptible de ser relevante. Sperber y Wilson, citado por Villamor Iglesias (2018), consideran que el oyente va a dar importancia a cualquier mensaje, si lo relaciona con una información almacenada anteriormente. Para ellos, el “sistema cognitivo humano tiende a buscar la máxima relevancia”, lo que se conoce como “principio cognitivo de relevancia”.

Por consiguiente, el usuario de X va a interactuar con aquello que el estime como relevante y, en base a este criterio, efectuará la práctica sintáctica que más se ajuste al contenido que previamente ha seleccionado como notable.

En definitiva, tal y como asegura Antonio Narbona “va camino de convertirse en una de las prácticas idiomáticas más extendidas la que se lleva a cabo chateando o tuiteando” (2019).

2. El corpus

El corpus escogido pertenece a publicaciones reales de la red social X durante el mes de mayo de 2024. Consta de treinta y una publicaciones, con un total de 493 palabras. El contenido se ha seleccionado en base a las construcciones sintácticas más repetidas entre la Generación Z durante el año 2024.

Si se buscara estudiar este asunto enfocándose en otros años, ya sean anteriores o posteriores, se debería identificar las construcciones más concurridas en ese momento concreto. Asimismo, la muestra es de un tamaño reducido, por lo que se podría ampliar los mensajes analizados gracias a la elevada cantidad de usuarios de dicha plataforma y la actualización incesante de contenido. Las tendencias entre los jóvenes están en

constante cambio, lo que hace que el lenguaje esté continuamente renovándose y adaptándose.

Asimismo, las publicaciones se analizarán sin modificar ninguno de sus elementos. Esto significa que se pueden encontrar erratas o faltas de signos ortográficos, como la tilde.

En la siguiente tabla se puede apreciar los tipos de construcciones, junto con el número de publicaciones y el número total de palabras de la suma de las publicaciones que tiene cada construcción, para así conocer la extensión del *corpus* analizado.

Tipos de construcciones	Número de publicaciones	Recuento de palabras
SUJETO + GERUNDIO	7	77
(SUJETO) + CUANDO	5	73
“Y NO ADMITO DISCUSIÓN”	3	45
“A VECES (...) Y OTRAS VECES (...)”	3	47
SUJETO +SIN SABER	4	60
SUJETO + SINTAGMA PREPOSICIONAL	3	28
DIME QUE (...) SIN DECIRME QUE (...)	3	43
HILOS	3	108
TOTAL	31	493

3. Análisis sintáctico

El análisis sintáctico del corpus se realizará de acuerdo con el volumen dedicado a la sintaxis del *Nueva gramática de la lengua española* (2009).

3.1. Sujeto + Gerundio

Esta construcción se caracteriza por estar encabezada por un sujeto, seguida por un gerundio y acompañada por los complementos del verbo. Los modelos extraídos son los siguientes:

1. El vaso de leche esperando en el microondas #Eurovision2024 #EurovisionRTVE
2. Loreen bajándose del escenario #Eurovision #EurovisionRTVE #ESC
3. La cucaracha intentando darse la vuelta #Eurovision2024 #EurovisionRTVE
4. Yo en el metro tratando de no escuchar la conversación de las señoras
5. Mi estómago viendo entrar el chupito de jagger a las 5am
6. Yo apareciendo en la graduación habiendo ido 3 días a clase
7. Yo graduándome en filología hispánica sin saber nada de métrica

Se trata del gerundio predicativo, una forma no personal del verbo que desempeña la función del complemento predicativo (§ 27.1p). Según el § 27.7m, este tipo de gerundio se puede emplear como predicado sin necesidad de tener un verbo en forma personal, como ocurre en los siete ejemplos aportados.

Asimismo, cuentan con “un sujeto expreso, que frente a lo que suele ser normal, aparece antepuesto” (Real Academia Española y Asociación de Academias de la Lengua Española, 2009).

Por otra parte, las siete oraciones contienen complementos que le corresponden al verbo (§ 27.1d). Por ejemplo, circunstanciales (1, 2, 4 y 6); directos (3 y 5); y de régimen (4 y 7).

Esta construcción se ha viralizado entre los usuarios de X, debido a que resulta muy descriptiva y visual. Se pretende detallar la actuación o el comportamiento de un sujeto en una situación determinada. Además, suele ir acompañada de recursos

multimedia como apoyo, para terminar de retratar el acto, dando así sentido completo a la publicación. Al emplear un gerundio predicativo, se pone de manifiesto “una propiedad episódica de un individuo, además del modo en que se lleva a cabo una acción” (§ 27.6a). Es decir, emplear el gerundio predicativo, frente a cualquier otra forma verbal, supone una forma muy gráfica de expresar la manera en la que un sujeto realiza un acto.

3.2. (Sujeto) + Cuando

Cuando es un adverbio relativo y “el conector temporal más empleado en el español actual” (RAE y ASALE, 2009). Este adverbio se emplea como adjunto y su función trata de colocar el evento de la oración en un tiempo determinado (§ 22.9a).

Los ejemplos propuestos son oraciones subordinadas de relativo, ya que están encabezadas por el adverbio *cuando* en este caso (§ 44.1 a-b):

1. Cuando estás durmiendo y se te sube el gemelo #Eurovision2024
2. Yo en la playa cuando me desoriento y no encuentro mi sombrilla
3. Yo cuando pago en efectivo y mi cuenta de banco se queda igual
4. Cuando estoy viendo una película de romance y los protagonistas no terminan juntos porque la enseñanza es aprender a dejar ir
5. “Cuando llegue a casa haré todo lo que tengo que hacer”. Yo: (inserta imagen).

Concretamente, son relativas libres, ya que “son relativas especificativas que incorporan semánticamente su antecedente, pero no lo expresan de manera sintáctica” (RAE y ASALE, 2009). Es frecuente asimilar los adverbios relativos a grupos adverbiales, es decir, *cuando* expresaría un momento y podría reemplazarse por (*en*) *el momento que* (§ 44.7a).

Si se realiza la sustitución “Cuando estás durmiendo y se te sube el gemelo” por “El momento en que estás durmiendo y se te sube el gemelo”, se puede comprobar que significan exactamente lo mismo. *A priori* cualquier hablante se sentiría más cómodo con la primera opción, debido a que es la más frecuentada y a una cuestión de economía del lenguaje. Lo cierto es que la segunda versión puede resultar más formal y menos precisa a la hora de expresar la situación deseada.

Por otro lado, como expresa la *Nueva gramática de la lengua española* en el § 44.7f, “los adverbios que encabezan las relativas libres llevan incorporada la referencia implícita a su propio antecedente. Ello les permite funcionar como argumentos o adjuntos del predicado principal” (RAE y ASALE, 2009).

Se observa que en el segundo y tercer ejemplo se podría omitir el sujeto sin ningún problema, ya que se sobreentiende por la flexión verbal. Por lo que resulta forzado anteponer el sujeto antes del adverbio *cuando*.

Todos los ejemplos, excepto el primero, están redactados en primera persona del singular. Esto se puede interpretar como un signo de individualización, ya que constantemente el usuario se refiere a él mismo y a sus propias experiencias. Sin embargo, esta “estrategia individualizada es capaz de crear una identidad lingüística en Twitter” (García Orosa y López, 2019).

En X es habitual que estas oraciones subordinadas de relativo vayan acompañadas de coordinación copulativa. El motivo de este fenómeno es presentar y situar temporalmente un evento y, mediante la conjunción copulativa *y*, expresar el posterior resultado. De hecho, el único ejemplo que no cumple esta característica es el número cinco, pero se puede deber a dos motivos. El primero es que está escrito en estilo directo al expresar literalmente la situación: “Cuando llegue a casa haré todo lo que tengo que hacer”. El segundo es que sustituye la parte correspondiente a la coordinación con una imagen de apoyo.

De la misma manera, podemos encontrar oraciones subordinadas de relativo junto coordinación copulativa *y*, a su vez, algún recurso característico de la red social (imagen, vídeo o GIF), que pretende ilustrar aún más la publicación, como ocurre en los cinco ejemplos.

Este tipo de oraciones resulta popular entre los usuarios, ya que presenta de una manera ordenada y concisa una circunstancia específica y a continuación el resultado de esta. En cuanto a significado, puede ser similar al grupo analizado anteriormente (*sujeto + gerundio*), porque ambas exponen situaciones. Sin embargo, la construcción *sujeto + gerundio* muestran solamente el evento, mientras que estas oraciones analizadas se componen del evento y, posteriormente, desenlace. Ambos tipos de construcciones pueden completar su significado con otros recursos visuales.

3.3. “Y no admito discusión”

En relación con la idea anterior, los siguientes ejemplos se componen también de coordinación copulativa, ya que todos contienen la conjunción copulativa y:

1. Estos son los mejores bombones que existen y no admito ninguna discusión sobre ello.
2. El olor a libro nuevo es una pasada y no admito discusión...
3. El mejor sticker de Whatsapp es el fuet con forma de corazón y no admito discusión.

En primer lugar, y es una conjunción coordinante, puesto que enlaza “oraciones y palabras o grupos sintácticos que pertenecen a casi todas las clases de palabras” (RAE y ASALE, 2009). A su vez, es simple, debido a que solo es necesaria la propia conjunción y.

El tipo de coordinación empleada en estas construcciones es copulativa. La conjunción más característica de este tipo de coordinación es la y, como ya se ha mencionado anteriormente. Como asegura la *Nueva gramática de la lengua española*, “la conjunción y puede coordinar grupos sintácticos considerablemente distintos” (§ 31.2a).

En los modelos propuestos se puede apreciar que el primer predicado coordinado expresa una preferencia personal o lo que el usuario considera lo mejor, por ejemplo, los mejores bombones. Por el contrario, el segundo predicado coordinado se repite siempre: “no admito discusión”.

La única innovación que se le añade al segundo predicado coordinado es añadir el indefinido negativo *ninguna*. Es posible incorporar esto, porque el propio indefinido requiere un elemento negativo delante del verbo, como el *no* en “no admito ninguna discusión”. La *Nueva gramática de la lengua española* declara que en estos casos solo se interpreta una sola negación, debido a que se establece concordancia con la palabra negativa que precede al verbo (§ 48.1ñ).

El fin de esta construcción sintáctica es validar y ensalzar algún gusto y, a través de esa coordinación copulativa y su posterior negación, negar cualquier tipo de debate sobre ello, de manera metafórica. Es decir, el segundo predicado coordinado, al estar

encabezado por una negación, pretenden ser contundente y así afianzar lo expresado en el primer predicado coordinado. En consecuencia, los usuarios de X expresan en primer lugar aquello que les fascina y plantean como la única opinión válida, puesto que no van a dialogar sobre esta preferencia. Este estilo de publicación se ha popularizado, porque así los participantes de esta red social pueden declarar sus gustos y conseguir interacción a través de ellos.

3.4. “A veces (...) y otras veces (...)”

En el siguiente modelo se combinan la locución adverbial *a veces*, la coordinación copulativa y el adjetivo (o pronombre) *otras*:

1. A veces pollito de colores, a veces gallo de pelea y otras veces gallina Turuleca
2. A veces me creo *influencer* y otras me dan ganas de dar de baja todas mis redes sociales.
3. A veces respondo al segundo y otras veces cada año bisiesto.

Este tipo de publicaciones pretende mostrar un contraste a través de una dualidad. Es decir, con la sintaxis de esta construcción, el usuario busca transmitir la idea de que en ocasiones se siente o se comporta de una forma determinada y, por el contrario, en otras actúa de una manera totalmente opuesta. Por ello, recurre a la coordinación copulativa y a elementos como la locución adverbial o los adjetivos que refuercen esa diferenciación.

La locución adverbial *a veces* está presente en los tres modelos expuestos. Se trata de “una expresión fija constituida por varias palabras que equivalen a un solo adverbio” (RAE y ASALE, 2009).

La estructura de *a veces* se compone de la preposición *a* junto al sustantivo en plural *veces*. Dicho esquema pretende expresar la idea de *en ocasiones*, es decir, algo que no ocurre frecuentemente, sino en determinadas circunstancias. Asimismo, *en ocasiones* podría sustituir sin problema a la locución adverbial de las oraciones planteadas: “A veces respondo al segundo y otras veces cada año bisiesto” o “En ocasiones respondo al segundo y otras veces cada año bisiesto”.

Por otra parte, todos los modelos cuentan con la conjunción copulativa *y*. Esta conjunción constituye una conjunción coordinante simple, debido a que une dos oraciones y estas, al ser copulativas, “se suman”, tal y como asegura la *Nueva gramática de la lengua española* en el § 31.1b.

El primer ejemplo contiene varios elementos coordinados, por lo que la conjunción copulativa *y* solo está presente antes del último elemento coordinado. Sin embargo, “se interpreta entre todos los miembros la misma relación gramatical” (§ 31.2b).

Asimismo, esta oración coordinada no posee verbo, ya que se puede sobreentender que los verbos que encajarían en dicha construcción es *ser* o *sentirse*: “A veces soy pollito de colores, a veces gallo de pelea y otras veces gallina Turuleca” o “A veces me siento pollito de colores, a veces gallo de pelea y otras veces soy gallina Turuleca”. En ambas opciones, con poner el verbo en el primer elemento coordinado sería suficiente, puesto que si se sitúa en todos los elementos coordinados puede llegar a resultar redundante. Esto también ocurre en el tercer ejemplo propuesto: “A veces respondo al segundo y otras veces cada año bisiesto”.

Por otro lado, el primer y el tercer ejemplo propuesto cuentan con el adjetivo *otras*, acompañando este a *veces*. Por el contrario, en el segundo modelo *otras* es un pronombre. Esto se debe a la relación de correferencia (§ 16.6a), ya que hace alusión a otro concepto anteriormente mencionado, en este caso a *veces*. Por ello, no es necesario volver a mencionar el antecedente en la segunda parte coordinada.

Los usuarios de X hacen uso de este estilo de publicaciones para expresar contraste entre dos situaciones. Este recurso suele emplearse cuando los jóvenes manifiestan cómo cambian sus sentimientos o maneras de comportamiento de manera contradictoria en dos momentos distintos. Por ejemplo, “A veces me creo *influencer* y otras me dan ganas de dar de baja todas mis redes sociales”. En concreto, esta publicación quiere expresar que una relación opuesta en cuanto al uso de redes sociales se refiere.

3.5. Sujeto + sin saber

Se trata de la negación en una forma no personal del verbo, concretamente del infinitivo:

1. Yo sin saber que decirle en la primera cita
2. Yo, en plena calle sin saber para donde queda el lugar al que voy
3. Yo sin saber hacer sintaxis
4. *Yo sin saber que hacer con mi vida*. Marcos: Pues yo te veo como tatuadora. Yo que estoy estudiando ilustración pensando si me dará tiempo antes de morirme de estudiar algo más.

Por ello, la estructura analizada será *sin + infinitivo*. Lo que más sorprende es que una forma no personal del verbo, como el infinitivo, vaya acompañada de un sujeto expreso. Tal y como se señala en el § 26.7f, el sujeto expreso de los infinitivos es posible, debido a que “el verbo principal no fuerza la correferencia con uno de sus argumentos” (RAE y ASALE, 2009).

Lo común es que el sujeto expreso de los infinitivos aparezca detrás del verbo, pero esto cambia con la preposición *sin*, que permite que el sujeto se sitúe delante, como en los ejemplos propuestos.

Los infinitivos independientes son frecuentes en las oraciones descriptivas, como ocurre en las publicaciones extraídas, en las que se define el desconocimiento sobre algo. Por ejemplo, de qué decir (1); de dónde ir (2); de hacer sintaxis (3); o de qué hacer académicamente (4).

Además, la negación correspondiente a *sin + infinitivo* tiene la peculiaridad de alternar con *no + gerundio* en posición preverbal (§ 48.1ñ). Es decir, se puede expresar la negación como “yo sin saber que decirle en la primera cita” o “yo no sabiendo que decirle en la primera cita”.

Por otro lado, cabe destacar que todas las oraciones ejemplificadas, excepto la tercera, contienen una oración subordinada sustantiva interrogativa indirecta (§ 43.7a). De hecho, son incorrectas ortográficamente, puesto que carecen de tilde. Lo correcto sería:

1. Yo sin saber qué decirle en la primera cita
2. Yo en plena calle sin saber para dónde queda el lugar al que voy
3. Yo sin saber hacer sintaxis
4. *Yo sin saber qué hacer con mi vida*. Marcos: Pues yo te veo como tatuadora. Yo que estoy estudiando ilustración pensando si me dará tiempo antes de morirme de estudiar algo más.

La tercera oración no se modifica, debido a que es correcta, pues constituye una oración subordinada sustantiva de complemento directo (§ 43.4l).

Los participantes de la red social X hacen uso de estas oraciones para exponer desconocimiento sobre una determinada situación, tema o decisión. Es común que estas publicaciones cuenten con algún recurso multimedia, que ilustre la reacción del usuario ante esa desinformación. No obstante, este apoyo visual podría ser sustituido por oraciones que detallasen el evento posterior al desconocimiento, como ocurre en el cuarto ejemplo propuesto.

3.6.Sujeto + sintagma preposicional

Este puede ser el grupo más sencillo sintácticamente hablando. Su estructura consta de sujeto y, al menos, un sintagma preposicional:

1. Yo en estos momentos
2. Yo en WhatsApp sin última vez y sin confirmación de lectura
3. Yo en mi primer visita a un museo de arte

Primero, es conveniente recordar que “las preposiciones son palabras invariables y casi siempre átonas que se caracterizan por introducir un complemento, que, en la tradición gramatical hispánica, se denomina término” (RAE y ASALE, 2009).

En consecuencia, un grupo preposicional es aquel conformado por una preposición y un término (§ 29.1a). Así el primer ejemplo cuenta con un grupo preposicional; el segundo, con cuatro; y el tercero, con tres.

Estas tres publicaciones carecen de cualquier presencia verbal, pero esto no impide la comprensión por parte del usuario. En este contexto en el que se emplea una

sintaxis tradicional, estos ejemplos pueden resultar incompletos. Sin embargo, en su contexto original, es decir, en la red social X, su significado se percibe de manera completa, puesto que el recurso multimedia, ya sea imagen, video o GIF, refuerza el sentido completo del mensaje. Por lo que el verbo pasa a ser una categoría susceptible de omisión, al igual que otras categorías. Esto constituye el principio de relevancia de la teoría de la relevancia, establecida por Sperber y Wilson (citado en Iglesias, 2018). Los usuarios de X consideran irrelevantes aquellas categorías gramaticales que el lector puede comprender gracias a su conocimiento previo de la lengua. Por ello, en general, en las redes sociales se prescinden de elementos como conectores, pronombres o, en este caso, incluso el verbo, entre otros. Solamente se publica aquello que el emisor considera como relevante. Se puede comprender íntegramente el mensaje gracias al contexto de la propia publicación y a determinados recursos visuales. En consecuencia, solamente se publica aquello que el emisor considera como relevante.

Asimismo, se debe aclarar que en el tercer ejemplo hay una errata en “primer visita”, ya que el adjetivo debería ir en femenino para poder concordar así con el sustantivo visita. Seguramente esto haya sido un descuido al redactar el mensaje, debido a la inmediatez comunicativa de la red social X.

En cuanto a las preposiciones, es preciso exponer el valor de cada una de los cuatro tipos que encontramos en los ejemplos de publicaciones (§ 29.7 y 29.8). Comenzando por orden alfabético, la preposición *a*, presente en el tercer modelo, indica destino, en este caso “al museo”. La *Nueva Gramática de la Lengua Española* asegura que la preposición *a* “es, junto con *de*, la preposición que posee usos más claramente gramaticales, como el encabezar complementos indirectos o ciertos complementos directos” (2009).

Seguidamente, la preposición *de*, mencionada en el párrafo anterior, tiene dos significados en estos modelos propuestos. En primer lugar, aparece en el segundo ejemplo, en “de lectura”, dentro este de otro sintagma preposicional “sin confirmación de lectura”. Por ello, *de* puede interpretarse como agente. En segundo lugar, la preposición *de* está presente en el tercer ejemplo, más concretamente en “de arte”, de nuevo incluido en otro sintagma preposicional como “al museo de arte”. Aquí la preposición *de* indica el contenido de algo, es decir, la temática del museo.

Por su parte, la preposición *en*, situada en las tres publicaciones, expresa ubicación. Por un lado, ubicación temporal como “en estos momentos” del primer ejemplo y “en mi primer visita”, del tercer ejemplo. Por el otro, ubicación espacial como “en WhatsApp”.

Por último, la preposición *sin* manifiesta falta o insuficiencia de algo. Esta preposición se localiza dos grupos preposicionales del segundo ejemplo: “sin última vez” y “sin confirmación”.

La construcción *sujeto + sintagma preposicional* se ha popularizado entre los participantes de X, porque se introduce de una manera concisa el contexto de una situación vivida por un sujeto, la mayoría de casos es la primera persona del singular. Este modelo de publicación necesita contar con contenido multimedia de apoyo, ya sea imagen, vídeo o GIF, puesto que el enunciado solo aporta la circunstancia.

La construcción *sujeto + sujeto preposicional* es un ejemplo de “sintaxis telegráfica” (Germán Ivars, 2007). En otras palabras, se suprime todos aquellos elementos que el receptor puede comprender sin ninguna complicación, como en este caso. Esto es posible porque la publicación tiene recursos visuales, aparte del contenido textual. Al simplificar tanto el mensaje, se requieren otros medios que completen el mensaje, para lograr su efectiva comprensión.

3.7. Dime que (...) sin decirme que (...)

Esta estructura se compone de un enunciado imperativo, ya que el emisor requiere algo por parte del receptor (§ 42.3a).

1. Dime que eres de Madrid sin decirme que eres de Madrid
2. Dime que no entiendes cómo se hace una canción sin decirme cómo se hace una canción
3. Dime que estás enamorada de alguien sin decirme que estás enamorada de alguien

En todos los ejemplos se advierte el verbo en modo imperativo “dime”. Esto es la unión del modo imperativo del verbo decir en segunda persona singular, *di*, y el pronombre átono en primera persona del singular, *me*.

Como declara la *Nueva Gramática de la Lengua Española*, “el sujeto del imperativo no designa la persona que emite la orden, consejo, petición, etc., sino la que los recibe” (2009). Por ello, en las tres publicaciones, el sujeto es *tú*, la segunda persona del singular: “Dime (tú) que eres de Madrid sin decirme que eres de Madrid”.

Tras el enunciado imperativo, se observa, en todas las construcciones, una oración subordinada sustantiva en función de complemento directo. Esto es posible, debido a que la subordinación aparece pospuesta al verbo, si no sería inadmisibles (§ 42.3e). En el segundo ejemplo, dentro de esta oración subordinada sustantiva en función de complemento directo, se encuentra otra oración subordinada sustantiva interrogativa indirecta, encabezada por el adverbio interrogativo *cómo*: “Dime que no entiendes cómo se hace una canción sin decirme cómo se hace una canción”.

Además, en estos modelos propuestos ocurren lo mismo que en la estructura *sujeto + sin saber*, la negación del infinitivo, es decir, de una forma no personal del verbo.

De la misma manera, *sin + infinitivo* puede alternar con *no + gerundio* en posición preverbal (§ 48.10c). Esto significa que se podría decir “Dime que eres de Madrid sin decirme que eres de Madrid” o “Dime que eres de Madrid no diciéndome que eres de Madrid”. Ambas formas resultan posibles y correctas.

Una diferencia de “dime que (...) sin decirme que (...)” con el grupo “sujeto + sin saber” es que los primeros poseen sujeto tácito, mientras que los segundos, sujeto expreso, como se analizó previamente. El sujeto tácito es aquel que forma parte de la oración, pese a que no tenga rasgos fonéticos. “Tienen propiedades pronominales que desencadenan la concordancia de número y persona con el verbo, y también la de género y número con los adjetivos y participios que actúan como atributos” (RAE y ASALE, 2009). Gracias a la concordancia, se puede comprobar que el sujeto de los tres ejemplos expuestos es *tú*: “Dime (tú) que eres de Madrid sin decirme (tú) que eres de Madrid”.

Por otro lado, después de la estructura *sin + infinitivo*, las publicaciones extraídas finalizan con una oración subordinada sustantiva. En el caso de la primera y la tercera, es una oración subordinada sustantiva en función de complemento directo: “que eres de Madrid” (1) y “que estás enamorada de alguien” (3). Sin embargo, el segundo

ejemplo contiene una oración subordinada sustantiva interrogativa indirecta, encabezada por el adverbio interrogativo *cómo*: “cómo se hace una canción” (2).

Este modelo de publicación se ha viralizado entre los usuarios de X, debido a que conforma un juego de palabras que consiste en declarar algo sin hacerlo explícitamente. Gracias a esto, los participantes de la red social pueden hacer uso de su creatividad, puesto que tienen encontrar una forma de expresión indirecta, ya sea de forma escrita o visual a través de imágenes, vídeos o GIF. Además, los usuarios lo interpretan como un reto, por lo que hay múltiples respuestas a cada construcción de “Dime que (...) sin decirme que (...)”.

3.8. Hilos

Los hilos son publicaciones más extensas de la red social X, que consisten en que un usuario encadena un número de publicaciones referente a un tema en concreto:

1. Viajar por Asia no es lo mismo que vivir y trabajar con asiáticos. En el sudeste asiático, uno de los mayores choques culturales es adaptarse al entorno laboral. Hago un pequeño hilo 🗨️ sobre valores culturales y confrontación, aunque este tema da para mucho.
2. Inventos del pasado que sobrevivieron para que las vieran las generaciones futuras. Abro hilo 🗨️
3. Hablemos de esto 🗨️ El polémico retrato de Carlos III (otra línea)
Realizado por el artista londinense Jonathan Yeo (1970) especialista en retratos y con una trayectoria de más de 20 años retratando a personas, muchas de ellas conocidas en ámbitos de la cultura y política.

Los ejemplos propuestos son la primera publicación del hilo, es decir, una introducción que cuenta brevemente la temática del hilo. También busca que los usuarios se sientan atraídos por el asunto y continúen consumiendo el contenido del hilo.

La peculiaridad más característica de los hilos es que suelen advertir de que son más publicaciones conectadas. Por ejemplo, “hago un pequeño hilo” (1), abro hilo (2) o “hablemos de esto” (3). Esto es una forma de diferenciación respecto al *post* unitario y,

además, para que el lector sea consciente de que se trata de varias publicaciones y decida leerlo o no.

La razón de incluir este tipo de publicación en el análisis sintáctico se debe a que son mensajes más extensos que los *posts* únicos. Al poder ir conectando el contenido, mediante la respuesta de la publicación anterior, el usuario puede escoger cuantos *post* (de 280 caracteres) sean necesarios para así exponer adecuadamente el contenido relacionado con el hilo.

En consecuencia, dentro de la red social X, los hilos son la representación más cercana de la sintaxis tradicional, especialmente a la académica. El autor del hilo no busca un mensaje rápido y escueto, al contrario, pretende ahondar en un tema concreto y, con ello, realizar una investigación. Por tanto, el lenguaje será elaborado y, con ello, la sintaxis más compleja y formal.

Asimismo, se encuentran distintos tipos de oraciones subordinadas. Por ejemplo, de relativo especificativa como “Inventos del pasado que sobrevivieron” (2); construcciones comparativas como “Viajar por Asia no es lo mismo que vivir y trabajar con asiáticos” (1); construcciones finales como “para que las vieran las generaciones futuras” (3), entre muchas otras.

También se observan oraciones coordinadas como las adversativas: “Hago un pequeño hilo  sobre valores culturales y confrontación, aunque este tema da para mucho” (1).

Inclusive, aparecen oraciones en voz pasiva como “Realizado por el artista londinense Jonathan Yeo” (3).

Igualmente, los hilos aportan datos, como fechas concretas, y suelen estar acompañados de infografías, imágenes o videos que apoyen o evidencien la información que aportan. En estas publicaciones es frecuente encontrar emoticonos como una bobina de hilo, una mano con el dedo índice apuntando hacia abajo o una flecha. Esto es una señal para que el lector continúe desplegando el *post*.

3.9. Valoración general

El análisis de todos los tipos de construcciones plantea unas consideraciones para tener en cuenta:

En primer lugar, la mayoría de las publicaciones están encabezadas por el pronombre personal *yo*. Es lógico, puesto que el usuario de X, en este caso, genera contenido desde su perspectiva, sus preferencias y su experiencia. Como se ha observado en el análisis, es muy frecuente que los *post* traten de las situaciones acontecidas a un sujeto y este, por ende, decida compartirlo en esta plataforma. Se persigue que el resto de los participantes de la red social empaticen con ese mensaje personal, lo que genera sentimiento de pertenencia al grupo.

En consecuencia, cada usuario emplea el lenguaje y, con ello, la sintaxis de una manera diferente, pese a que haya patrones virales como los analizados previamente. Con relación a la sintaxis, García Orosa y López (2019) afirman que cada usuario emplea una lingüística propia, pero a su vez existen rasgos comunes, marcados estos por la brevedad del medio, y estructuras muy señaladas que se reiteran.

Asimismo, casi todos los *posts* poseen contenido multimedia, es decir, imágenes, videos o GIF, entre otros. Su función es complementar el mensaje de texto de la publicación. De hecho, hay algunas publicaciones que, sin este apoyo multimedia, carecen de sentido. Por ejemplo, “Yo en la playa cuando me desoriento y no encuentro mi sombrilla”. Sin una imagen o vídeo, esta oración se queda incompleta, ya que se conoce el contexto de estar buscando la sombrilla en la playa, pero no exactamente a qué sensación se refiere.

De hecho, cada vez son más frecuentes las publicaciones con una “sintaxis telegráfica” (Germán Ivars, 2007), como se aprecia en la mayoría de los ejemplos propuestos. Esto implica reducir al máximo las oraciones. En las redes sociales se observa una significativa preferencia por todo el contenido audiovisual. En consecuencia, los usuarios simplifican el mensaje y lo terminan de completar con recursos como *memes*, imágenes, videos o GIF. Por tanto, el tener contenido multimedia que suplemente la información implica que sea más fácil suprimir elementos como conectores, marcadores o incluso los propios verbos, como se ha mencionado en el apartado 3.6 del presente trabajo.

La inmediatez comunicativa, que caracteriza a la propia red social, también supone una causa para el desarrollo de “sintaxis elíptica y distorsionada” (Germán Ivars, 2007). El usuario persigue una sintaxis sencilla y poco elaborada, en la que se evitará la subordinación y expresiones cercanas al entorno formal.

El usuario planifica y desarrolla una sintaxis completa cuando pretende dar a conocer o profundizar un tema concreto, como es el caso de los hilos. Estas son las publicaciones que más se asemejan a la sintaxis tradicional, puesto que se ordena el discurso, se introducen distintos tipos de oraciones subordinadas y el tono empleado es muy diferente a los demás *posts*. Los hilos tratan de informar y divulgar de una forma amena y distendida, en una plataforma protagonizada por la rapidez.

IV. Conclusiones

En primer lugar, se confirma la hipótesis planteada al inicio del trabajo. La sintaxis cambia significativamente en la red social X, respecto a la sintaxis tradicional. Esto se debe en gran parte al público estudiado, que ha sido los jóvenes. Ellos son quienes innovan y renuevan las formas de expresión, alterando así esta parte de la gramática, que se adapta dependiendo de las necesidades y gustos popularizados en este tipo de plataformas.

Pese a que cada usuario ejerza uso particular de la sintaxis, se aprecian diversos prototipos de estructuras que se repiten continuamente. Mediante publicaciones basadas en lo individual, se crea un sentimiento pertenencia al grupo, que genera que los mensajes se compartan y se hagan así virales. De la misma manera, esto depende de las tendencias y de las necesidades en el momento concreto del público estudiado.

Por ello, se puede afirmar que la sintaxis sí cambia en la red social X, puesto que se va adaptando a las exigencias del medio y de la fecha específica. Respecto a la plataforma estudiada, se debe amoldar a una extensión limitada a 280 caracteres y a un estilo comunicativo breve, directo e inmediato. Esto significa que, la sintaxis empleada por los jóvenes en X está condicionada, en primer lugar, por la naturaleza de la propia plataforma; en segundo, por los propios usuarios de ella; y, por último, por la época en la que acontece.

Se ha analizado las estructuras gramaticales más características entre la Generación Z actualmente, es decir, una pequeña representación de la realidad. Sin embargo, X posee una cantidad de contenido masivo y, sobre todo, en constante producción. Sería muy interesante de estudiar, ya sea mediante otras perspectivas o circunstancias, diferentes fenómenos gramaticales.

Tras este trabajo académico surgen diferentes preguntas que podrían arrojar luz sobre futuras líneas de investigación. Una de las principales cuestiones es concretar qué consecuencias tendrá la sintaxis empleada en X (o en cualquier red social) en un futuro.

En otras palabras, si toda esta sintaxis elíptica, distorsionada y poco elaborada afectará en algún momento determinado a la oralidad. También si esta práctica lingüística tendrá algún efecto en la formalidad, como, por ejemplo, que su uso se acabe limitando a exclusivamente a lo académico y a lo protocolario.

“Twitter se convierte en un reflejo fiable de la sintaxis coloquial y en un corpus de referencia” (Pérez Béjar, 2015). Este tipo de sintaxis es compleja de estudiar y perfilar, tanto por la amplia gama de variedades existentes como por la constante evolución del lenguaje.

Pese a que la sintaxis manejada en X supone nuevos horizontes para el estudio de la gramática, no se deben olvidar requisitos básicos como el buen uso de la ortografía. Se deben evitar las erratas o las faltas de ortografía como la carencia de tildes. Esta mala práctica se ha observado en algunos de los ejemplos analizados. Se desconoce si por falta de conocimiento o por un descuido, debido a la rapidez de la redacción.

No obstante, sería provechoso adoptar una “posición integrada” frente a una “apocalíptica”, mencionadas ambas por Umberto Eco (citado en González y Santamaría, 2014). En otras palabras, se debería contemplar la sintaxis generada en redes sociales como un nuevo *corpus* de estudio, no como la extinción del lenguaje.

V. Bibliografía

- 26ª Edición *Navegantes en la Red*. (2024). Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC). https://www.aimc.es/aimc-content/uploads/2024/03/naveg2023_principales_resultados.pdf
- Así es la Gen Z en Twitter. (s. f.). https://blog.x.com/es_es/topics/2022/asi-es-la-gez-z-en-twitter
- García-Orosa, B., & López, X. (1). Language in social networks as a communication strategy: public administration, political parties and civil society. *Communication & Society*, 32(1), 107-125. <https://doi.org/10.15581/003.32.37818>
- Geiger, A. (2024, 14 abril). Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins. *Pew Research Center*. <https://www.pewresearch.org/short-reads/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>
- González, M. A. G., & Santamaría, D. M. G. (2014). Lenguajes del poder. El chat en las redes sociales virtuales: lenguaje y libertad. *Plumilla Educativa*, 14(2), 55-72. <https://doi.org/10.30554/plumillaedu.14.753.2014>
- Hoy, M. (2020, 1 febrero). La RAE alerta del mal uso del lenguaje en redes sociales. *Málaga Hoy*. https://www.malahoy.es/malaga/RAE-mal-uso-lenguaje-redes-sociales_0_1433257051.html
- Iglesias, A. V. (2018). Una aproximación crítica a la teoría de la relevancia. *Contextos: Estudios de Humanidades y Ciencias Sociales*, 39, 10. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6529356.pdf>
- Ivars, O. G. (2007). El chat y la reconfiguración enunciativa. Facultad de Educación Elemental y Especial. Universidad de Cuyo. <https://feeye.uncuyo.edu.ar/web/posjornadasinve/area3/Lengua%20-%20Didactica%20de%20la%20lengua%20-%20TICs/275%20-%20Ivars%20-%20FEEyE.pdf>
- Narbona, A. (2019). El estudio de la sintaxis del español coloquial (Balance provisional). *Normas*, 9(1), 138. <https://doi.org/10.7203/normas.v9i1.16167>

- Pérez Béjar, V. (2015). Lingüística y sintaxis en las redes sociales: el caso de las condicionales suspendidas en Twitter. *E-AESLA. Revista Digital del Centro Virtual Cervantes*, 1, 1-6. <https://cvc.cervantes.es/lengua/eaesla/pdf/01/37.pdf>
- Real Academia Española. (2019). *Glosario de términos gramaticales*. <https://www.rae.es/gtg/>
- Real Academia Española y Asociación de Academias de la Lengua Española. (2009) *Nueva gramática de la lengua española. Morfología y sintaxis*. Espasa.
- Sobreviela Batlle, Cristina. ¿Por qué hacemos clic? Un estudio sobre el léxico y la sintaxis del lenguaje publicitario en las redes sociales. 2018 <http://hdl.handle.net/10230/35897>