

MAREK BARAN

DAR ÁNIMO EN TIEMPOS DE PANDEMIA.
ESTRATEGIAS DISCURSIVO-INTERACCIONALES
UTILIZADAS EN LOS COMENTARIOS A LOS TESTIMONIOS
DE LOS ENFERMOS DE COVID-19

I. A MODO DE INTRODUCCIÓN

Con el presente estudio pretendemos dar cuenta de las actitudes y posicionamientos discursivo-interaccionales que adoptan los usuarios visualizadores de YouTube ante la pandemia de coronavirus. De modo especial, nos fijaremos en la expresión de ánimo y solidaridad. Como material analítico nos servirán los comentarios con los que los *youtubers* de habla hispana reaccionan ante los testimonios de los enfermos de Covid-19. Nuestro principal objetivo consistirá en el establecimiento de una posible tipología de actos de habla y estrategias discursivo-interaccionales a través de las que va estableciéndose la llamada relación coparticipativa. Trataremos de demostrar que en los tiempos marcados por la pandemia la llamada esfera de sentimientos compartidos cobra una peculiar relevancia, modelando apreciaciones, valoraciones y comportamientos comunicativos.

Dr hab. MAREK BARAN, prof. UŁ – kierownik Zakładu Języka Hiszpańskiego i Językoznawstwa Stosowanego w Katedrze Filologii Hiszpańskiej Uniwersytetu Łódzkiego; adres do korespondencji: Uniwersytet Łódzki, Wydział Filologiczny, ul. Pomorska 171/173, 90-236 Łódź; e-mail: marek.baran@uni.lodz.pl; ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7728-8733>.

II. YOUTUBE COMO MENSAJERÍA PERFORMATIVA

Partimos del supuesto de que las conductas y posicionamientos interaccionales que someteremos a estudio en nuestro acercamiento pueden contemplarse desde la perspectiva de esquemas de participación *online* que, sin lugar a dudas, están estrechamente vinculados con la semiótica discursiva de las plataformas digitales, así como con todo un abanico de inferencias emocionales, cognitivas, sociales y culturales que, en este caso concreto, están, además, marcadas por la experiencia de la pandemia. El material analítico recopilado para las necesidades del presente estudio procede de la plataforma YouTube, considerada como una de las principales para la publicación de vídeos y comentarios de los usuarios en torno a diferentes temas, entre ellos, lo que supone vivir en tiempos de pandemia o confrontarse con el Covid-19.

En la época en que vivimos, parece casi trivial apuntar que la red se ha convertido en un punto de encuentro para quienes quieren intercambiar experiencias de distinto tipo. YouTube constituye una de las plataformas más populares gracias a las que resulta posible crear un espacio de convergencia entre los relatos audiovisuales y el texto digital. Dicho espacio de convergencia contribuye a la actualización de una doble dinámica, así pues, por una parte, desde el interior, los usuarios cuentan sus historias a través de los vídeos subidos a la plataforma, y por otra, desde el exterior, los usuarios visualizadores se focalizan en distintos tipos de relatos, teniendo la opción de reaccionar a través de los *likes* o comentarios que dejan. En este sentido, YouTube se presenta como “una herramienta fundamental de participación y comunicación online en forma asincrónica, donde los usuarios, a través de un lenguaje consciente o inconsciente, expresan sus sentimientos de apreciación” (Chamorro Maldonado 66).

En un espacio virtual o mediático, lo personal, lo corporal o lo espacio-temporal recobran, obviamente, una dimensión diferente, haciéndonos pensar en la llamada identidad emergente, noción propia de la antropología lingüística desarrollada, entre otros, por Bucholtz y Hall (2005)¹. Nuevos modos de identificación o de participación interactiva no disminuyen, sin embargo, el potencial de una acción interactiva en la que y a través de la que los usuarios intercambian diálogos, formando, cosa digna de subrayar, una colectividad (que, además, parece constituir una peculiar emanación de lo que en sociolingüística se conoce

¹ Las investigadoras consideran que la identidad (= «posicionamiento social del yo y de los demás») tiene siempre carácter emergente (= no preexistente antes del contacto lingüístico).

como *community of practice*²). Las dinámicas que se establecen de ese modo se traducen en expresiones discursivas donde el lenguaje denota una «acción de intenciones» (término empleado por Chamorro Maldonado 69). Bajo esta óptica, YouTube se presenta fundamentalmente como un sitio web participativo en el que el usuario tiene la opción de ver, pero también de opinar e interactuar. Estamos, pues, ante un tipo interesante de mensajería performativa en la que la denominada convergencia mediática se combina con “la creatividad colectiva como generadora de significado(s)” (Sánchez-Olmos y Hidalgo-Marí 119).

III. OBJETO Y OBJETIVO DEL ESTUDIO. PAUTAS METODOLÓGICAS

Con la parte analítica de nuestro estudio, pretendemos comprobar a qué tipo de estrategias discursivo-interaccionales recurren los así llamados comentaristas de YouTube reaccionando ante los testimonios de quienes se enfrentan con la experiencia del Covid-19³. Siendo perfectamente conscientes de la multitud de posibles actitudes que toman los usuarios ante los vídeos subidos a la plataforma, nos fijaremos en especial en la expresión de ánimo y solidaridad: esos dos conceptos constituirán la intencionalidad comunicativa que iremos buscando en el material recopilado.

A continuación precisamos la técnica metodológica que hemos utilizado.

1) En primer lugar, recurriendo a la plataforma YouTube, hemos procedido al visionado de 10 testimonios de los enfermos de Covid-19. Se trata, en concreto, de los siguientes vídeos⁴:

- https://www.youtube.com/watch?v=N6PWA2all_0 (31.3.2020),
- <https://www.youtube.com/watch?v=7oQxPHfM5pc> (27.3.2020),
- <https://www.youtube.com/watch?v=sJ49HkgFylc> (13.3.2020),
- <https://www.youtube.com/watch?v=YXS4pcN19RE> (7.5.2020),
- <https://www.youtube.com/watch?v=Y72K37LNep4> (8.3.2020),
- <https://www.youtube.com/watch?v=vn63hlcOTQE> (10.4.2020),

² Nos referimos, obviamente, al concepto forjado en la teoría de Eckert y McConell-Ginet (1992). *Community of practice* se percibe básicamente como un grupo de individuos que se reúnen alrededor de un compromiso en una empresa en común. Las «prácticas» a las que se alude en el nombre del concepto emergen en el transcurso de ese compromiso, constituyendo una parte esencial de las identidades que se van construyendo en la interacción.

³ Orduña Malea *et al.* ofrecen datos acerca del volumen de vídeos sobre el Covid-19 publicados y difundidos a través de YouTube.

⁴ Por falta de espacio, apuntamos tan solo los enlaces de los vídeos analizados junto la fecha de su primera emisión. Activando los enlaces puede comprobarse el número de visualizaciones, así como el de comentarios. El visionado se llevó a cabo entre el 13 y el 21 de marzo de 2021.

- <https://www.youtube.com/watch?v=iaLrlfAZrOA> (24.3.2020),
- https://www.youtube.com/watch?v=8QZjxHRf_YI (23.3.2020),
- <https://www.youtube.com/watch?v=s6mH117PCx0> (13.4.2020),
- <https://www.youtube.com/watch?v=QlqEeFmXCLk> (17.5.2020).

2) De forma consciente, hemos elegido los vídeos-testimonios que desde el punto de vista temático y estructural presentan cierto grado de semejanza. Nos referimos, en concreto, a lo que podríamos denominar «trama narrativa» (los protagonistas describen cómo aparecieron y cómo se manifestaron los primeros síntomas del Covid-19; se comenta el tipo de tratamientos recibidos en el centro médico; en reiteradas ocasiones, se emite un llamamiento a tomar en serio el coronavirus, a cuidarse y a cuidar de los que están a nuestro alrededor). De igual modo, hemos excluido aquellos vídeos que por su elevado grado de dramatismo pudieran provocar unas reacciones muy marcadas, ante todo desde el punto de vista emocional, por parte de los comentaristas.

3) En la selección de los vídeos no hemos recurrido al filtro relevancia que ofrece la propia red YouTube; el criterio que nos ha guiado se refería fundamentalmente al origen de los vídeos (España + Hispanoamérica).

4) Una vez realizada la búsqueda en YouTube, se llevó a cabo la recogida y la selección de comentarios cuya finalidad comunicativa podía ser considerada como la de dar ánimos o expresar la solidaridad.

En el apartado analítico, por los límites que nos tenemos que imponer en el presente estudio, ofreceremos tan solo una muestra muy reducida de ejemplificaciones encontradas. Nuestro planteamiento tiene un carácter cualitativo; un planteamiento de índole cuantitativa requeriría otro enfoque junto con otras herramientas metodológicas.

IV. DAR ÁNIMO EN TIEMPOS DE PANDEMIA. EN BUSCA DE UNA POSIBLE TIPOLOGÍA DE ESTRATEGIAS DISCURSIVO-INTERACCIONALES

El muestrario recopilado en base a los comentarios seleccionados ha permitido establecer las siguientes categorías de estrategias:

A) Fórmulas de ánimo y señales de empatía

Las fórmulas de ánimo seleccionadas se actualizan principalmente bajo la forma de expresiones altamente estereotipadas entre las que destacan: *ánimo*

y *fuerza(s)* (a menudo, en combinación con otros mecanismos, entre ellos, imperativos gramaticalizados o vocativos). A nuestro parecer, se trata de un tipo de *pragmatemas*⁵ o fraseologismos pragmáticos cuya fijación idiomática va a la par con un entorno contextual y situacional bien delimitado. El contexto de la pandemia tiñe dichas expresiones de matizaciones afectivas de modo que nos parece adecuado considerarlas como *pragmatemas de afecto*, noción que tomamos prestada de Gharbi. Entre las fórmulas expresivas de ánimo se hallan, de igual modo, formulaciones de carácter menos fijo o estereotipado, las consideramos como señales verbales de empatía (pueden ser expresiones de consuelo, compasión, simpatía...)⁶:

- Ánimo, ánimo!
- Mucho ánimo!
- Ánimo, amigo
- Ánimo ya te vas a recuperar
- Fuerzas... fuerzas...
- Fuerza, no te desanimes
- Toda la fuerza!!!
- ¡FUERZA CAMPEÓN!
- Mucha fuerza y mucho ánimo
- Dale bro!!!
- Échale ganas!
- Se fuerte y sigue luchando. Ganaremos esta batalla!!
- ¡Para adelante!
- Estamos contigo!
- Me duele saber que hayas sufrido tanto, estamos seguros que ya estás bien

B) Buenos deseos

Sin lugar a dudas, estamos ante una categoría importantísima, tanto desde el punto de vista cuantitativo como cualitativo. Los usuarios de YouTube, en un número considerable de casos, a los enfermos de Covid-19 les dirigen los así llamados buenos deseos que, como podremos comprobar a continuación, toman diferentes formas. Es de suponer que estamos ante un tipo de automatismo verbal, plenamente comprensible y justificado en los tiempos marcados por la enfermedad y el sentimiento generalizado de desasosiego. En cierto modo, podría incluso afirmarse que el relato de un enfermo de Covid-19 junto

⁵ Para más detalle sobre esta clase de operadores véase Blanco.

⁶ En todas las ejemplificaciones mantenemos la grafía y la forma originales.

con algún tipo de buen deseo formulado por el comentarista forman un peculiar tipo de par adyacente: según hemos podido comprobar, la respuesta verbal al testimonio sobre la experiencia de padecer el Covid-19 consiste en la formulación de un buen deseo. Dicho automatismo, a nuestro modo de ver, adquiere también significados funcionales y relacionales más profundos, convirtiéndose realmente en un marcador de solidaridad, teñido en ocasiones de connotaciones religiosas. Diferentes investigaciones dedicadas al llamado *ethos comunicativo* de las comunidades hispanohablantes indican que los buenos deseos constituyen un acto de habla que destaca en las interacciones entre hispanos; es, entre otros, Dumitrescu (265), quien subraya alta frecuencia de buenos deseos en los intercambios verbales que se llevan a cabo en español. Como acabamos de señalar, los buenos deseos que hemos registrado no se presentan tan solo como *face flattering acts*, sino que aparecen, de igual modo, como fórmulas dotadas de un propósito ilocutivo vinculado con algún tipo de superstición, aunque esta última sea absolutamente inconsciente en los sujetos que formulan los deseos.

Los buenos deseos dirigidos a los enfermos de Covid-19 presentan, además, características de tres tipos de deseos que suelen distinguirse en los análisis de corte pragmático (Katsiki). Al actualizarse en un contexto marcado por la experiencia de la enfermedad y la pandemia, los actos que describimos pueden ser percibidos como «deseos situacionales», al actuar como actos de cortesía valorizadora se adscriben dentro de los «deseos interaccionales» y, finalmente, son también «deseos metadiscursivos» dado que a menudo indican la actitud de los hablantes hacia su propio discurso o hacia el discurso del interlocutor.

Desde el punto de vista formal, en nuestro corpus hemos registrado buenos deseos expresados a través de:

- a) fórmulas fijas, especialmente de tipo nominal:
 - Mucha suerte
 - Éxitos
 - Pronta mejoría
 - Pronta recuperación
 - Salud!!
 - Río de bendiciones.
- b) oraciones desiderativas o imperativas indirectas (con verbos realizativos):
 - Que te recuperes hermano
 - Recupérate pronto
 - Te deseo lo mejor y que te recuperes pronto, saludos
 - Ojalá te recuperes pronto mi hermano, mucha fuerza

- Que tu recuperación sea completa y rápida. Bendiciones
- Q te mejores te deseo de corazón!
- Mil deseos de todo corazón para tu pronta recuperación!
- Espero que te sanes pronto para que luego tengamos una relación amorosa;
- Dios te bendiga y te mande la salud
- Que Dios te mande muy pronto tu salud sé fuerte
- Que tu mayor preocupación sea el aburrimiento y la comida del hospital

C) Proyecciones hacia el futuro

Sin lugar a dudas, estamos ante un subgrupo muy llamativo de aparentes aserciones cuya proyección temporal apunta hacia el futuro; el futuro que, acorde con la creencia expresada por los comentaristas, será mejor (los enfermos se curarán; la pandemia dejará de causar estragos). Tal y como se indica en el caso de los buenos deseos reunidos en nuestro corpus, en todas esas formulaciones subyace una superstición implícita que otorga a las palabras un poder mágico. Creemos que a través de los enunciados tipo “Pronto saldrás de esto”, “Vas a salir caminando” se expresa una proyección que puede calificarse de performativa. Los que verbalizan su solidaridad y cariño deben de ser conscientes de la gravedad de la situación, no obstante, dibujan una perspectiva esperanzadora que no solo sirve de consuelo, sino que, en sí misma, pretende cambiar la realidad. Obviamente, no estamos ante enunciados performativos en el sentido canónico definido por Autsin; no olvidemos, sin embargo, que el alcance de la llamada performatividad puede ser mucho más amplio.

En la interpretación de las ejemplificaciones seleccionadas para este apartado, nos resulta, de igual modo, inspiradora otra pista interpretativa. Peláez Torres (484) sostiene que el comportamiento sociocultural de los españoles tiende hacia el «positivismo». En este sentido, las muestras de optimismo, algunas de ellas altamente estereotipadas y ritualizadas (“Ya verás, al final todo saldrá bien”), se muestran como componentes semántico-pragmáticos sistematizados en el repertorio léxico del español. En nuestro corpus sobresalen formulaciones con los verbos *caminar* y *salir* (*Saldrás caminando; Saldrás de ésta*):

- Vas a salir caminado
- Saldrás caminando, seguro
- Tú vas a salir caminando, piensa en positivo, tú vas a poder, vamos, tú vas a sanar

- Vas a salir CAMINANDO!!! Lo declaro en el nombre de Jesucristo
- Pronto saldrás de este mal solo ten fe
- Saldrás de esta seguro!!! Visualízate cada día saliendo de la clínica andando como has dicho!
- Es duro verte pero debes tener claro que saldrás adelante!
- Gracias a Dios soy ya negativo y lo serás tú
- Lo conseguirás, confío que con la ayuda de Dios y la ciencia lo lograrás

D) Referencias de tipo religioso

Tal vez se trata de una de las muestras más llamativas y al mismo tiempo más estrechamente vinculadas con la época de la pandemia de Covid-19. A pesar de que, sobre todo, la sociedad española suele considerarse como cada vez más profundamente secularizada, las referencias religiosas a través de las que se da ánimo se presentan como realmente abundantes.

En realidad estamos ante una combinación bastante amplia de mecanismos que ejemplificamos también en otras subcategorías: buenos deseos, proyecciones hacia el futuro, fórmulas de ánimo.... Además, aparecen fórmulas a través de las que los visualizadores de vídeos se comprometen a rezar por los enfermos; de igual modo, no escasean llamamientos a confiar en Dios y a orar (desde el punto de vista formal, se trata de actos exhortativos). Aparte de unas declaraciones cortas y sucintas (“Dios te ama”), encontramos especies de rezos bastante elaborados como también unos auténticos manifiestos de carácter religioso, *actos de fe*, como será el caso de la última ejemplificación presentada en este apartado:

- Dios te ama.
- Primero Dios bendiciones
- Dios está contigo
- Dios es nuestro sanador muchas bendiciones
- Fe en Dios y adelante
- Dios te cure de ese mal y sane a todos los enfermos oremos porque dios tenga misericordia de nosotros
- Dios te cubra y sane con su bendita mano saldrás victorioso en el nombre de Jesús
- Dios quede contigo y que Dios pueda darte la sanidad en todo tu cuerpo
- Rezo por tu recuperación
- Vamos a estar orando por ti Rafael
- Ok amigo voy a hacer una oración para que se mejore

- Pon tu fe en Dios Cuando sientas dolor aclama mas fuerte mente el nombre de Jesus y gritale a ese virus en el nombre de Dios supero este virus tengo la fuerza de Dios Dios me sana en el nombre de mi señor jesucristo Amen! repitelo varias veces y creelo tu fe Te Sanara Dios esta contigo y con todos en el mundo muchas gracias por compartir Dios Te bendiga

E) Muestras de interés y consejos

Los usuarios visualizadores en numerosas ocasiones no se abstienen de preguntar por el estado actual de los protagonistas de vídeos, demostrando así su solidaridad y empatía. Además, el involucramiento interaccional se manifiesta a través de comentarios en los que los visualizadores piden más precisiones sobre los síntomas de la enfermedad o el tratamiento seguido. Resultan también llamativos los consejos que formulan los comentaristas:

- fuerzas bendiciones como sigues?
- Cómo estás ahora? Y tu padre?
- Hola amigo como continuas, ya te recuperaste?
- Felicitaciones por tu recuperación tengo una pregunta cuánto tiempo duró tu recuperación?
- No tuviste ni fiebre ni tos?
- Y como te has sentido? Que has tomado aparte de los medicamentos? Como suplementos naturales algo así?
- te dieron ibuprofeno?
- ¿Qué alimentos te dieron mientras estabas hospitalizado?
- Paola, estabas con mascarilla antes de que te contagies?
- Quisiera que continúes compartiendo tu día a día para saber cómo actúa la enfermedad
- tomate te de manzanilla y jengibre esto te ayuda a subir tus defensas
- ten en cuenta que los buenos pensamientos elevan el sistema inmunitario y toma mucha agua
- Toma también Zinc

F) Cumplidos, halagos y elogios

En nuestro corpus hemos encontrado numerosas fórmulas de cumplidos, halagos y elogios, actos relacionados con actitudes valorativas a través de las que resulta posible crear un ambiente de amabilidad, aprecio y solidaridad. Esta última parece particularmente presente en los intercambios que sometemos a estudio. En el caso de los comentaristas de YouTube, la expresión empática

de afinidad se presenta como un acto de cortesía valorizadora desinteresado. En determinadas situaciones comunicativas, los cumplidos o elogios se convierten en un tipo de mitigación cortés encaminada hacia la obtención de un objetivo perlocutivo, pero seguramente no es el caso de las intervenciones analizadas. A nuestro modo de ver, no se trata tampoco de actos de cortesía normativa o ritual, actualizados normalmente en situaciones de carácter ceremonial:

- Eres un muchacho fuerte, enséñale a ese bicho que tú puedes más!!
- Eres una buena persona
- Joven y realista
- Que tío más majo!
- Muy simpático
- Gran Juanfran!!!
- Muy valiente
- Eres joven y muy guapa
- Eres hermosa
- Ánimo amiga eres una luchadora de verdad
- Eres una guerrera
- Riiiccaa
- Brava mujer!
- Eres un ejemplo!
- Un abrazo y mi admiración para ti por haber sido tan valiente ante esta enfermedad que nadie quisiéramos padecer

G) Vocativos

Las formas vocativas, algunas de ellas en proceso de pragmaticalización, constituyen un medio importante en la construcción del lazo interactivo entre el protagonista del vídeo y el comentarista, siendo, además, una estrategia interaccional-discursiva a través de la que se expresa la solidaridad. Apuntemos, de igual modo, que la tipología de las formas que hemos extraído de los comentarios sujetos al análisis se inscribe en la línea de la denominada *familiaridad social*, entendida esta como una regla de carácter relacional, la cual lleva a la actualización de unos determinados mecanismos de cortesía positiva o de afiliación. Como podrá comprobarse a continuación, los vocativos acompañan diferentes tipos de actos, entre ellos, saludos, agradecimientos, buenos deseos o expresiones de ánimo...:

- Hola amigo
- Hola guapo, una pregunta [...]

- Hermosa, gracias por contar tu experiencia
- Gracias, preciosa
- Fuerza hermano
- Fuerza muchacho!!
- Fuerza querida
- Suerte amigos!
- Fuerza bro
- Dios te bendiga ánimo adelante brother
- Dios te cuide princesa
- Dios te bendiga más ánimo hija
- Dios te va a curar niña hermosa
- Espero que estés mucho mejor niña
- Espero de corazón te recuperes linda
- Espero que hoy en día estés bien compañero

V. DISCUSIÓN Y OBSERVACIONES FINALES

Entre las estrategias discursivo-interaccionales a las que recurren los usuarios visualizadores de YouTube solidarizándose con los enfermos de Covid-19 hemos distinguido siete categorías fundamentales: fórmulas de ánimo y señales de empatía, buenos deseos, proyecciones hacia el futuro, referencias de tipo religioso, muestras de interés y consejos, cumplidos y vocativos. Desde el punto de vista tipológico, tal y como era de esperar, se trata principalmente de actos expresivos⁷ que, además, comparten las características esenciales de los denominados actos corteses. Conviene notar, sin embargo, que algunas de las estrategias reunidas en nuestro corpus se alinean con los rasgos de los actos no-corteses⁸: es el caso de los consejos dirigidos hacia los que se enfrentan con el Covid-19 y de los frecuentes actos exhortativos con los que se pretende animar a rezar y a confiar en Dios. A nuestro modo de ver, las diferencias de índole tipológica no van en contra de la intencionalidad fundamental que parece esconderse tras las actuaciones comunicativas que emprenden los llamados

⁷ Carretero *et al.* (261-289), ampliando considerablemente el paradigma inicial, distinguen hasta trece subtipos de actos expresivos: *disculpa, cumplido, saludo, deseo, agradecimiento, simpatía, preocupación, reproche, directivo, acuerdo, reivindicación, comisivo y tranquilizador*.

⁸ Que, obviamente, de ninguna manera deberían confundirse con los actos descorteses. Para más detalle sobre esta cuestión, véase Haverkate (77-79), quien divide los actos de habla en corteses y no corteses.

comentaristas de YouTube: aquella, sin lugar a dudas, se traduce en la expresión de preocupación, ánimo y apoyo.

Parece importante subrayar que el nivel de complejidad formal de las estrategias analizadas en nuestro estudio varía de forma notable: aparte de las fórmulas fijas, estereotipadas, cercanas a los denominados automatismos verbales o *pragmatemas*, aparecen mecanismos más elaborados, tanto desde el punto léxico como sintáctico. Estamos convencidos de que, en términos pragmáticos y sociopragmáticos, cada una de las modalidades empleadas, independientemente de su complejidad formal, constituye efectivamente una estrategia que se desprende de un determinado posicionamiento interaccional. En este sentido, a nivel relacional, los vocativos o los cumplidos presentan la misma validez interaccional que los actos más elaborados.

Otro aspecto que habría que poner de manifiesto es la frecuentísima combinación de los mecanismos – objeto del análisis. Como hemos podido comprobar, distintas estrategias coactúan en una gran parte de los comentarios a través de los que los usuarios de YouTube dan ánimos a los enfermos de Covid-19. Así pues, por ejemplo, los buenos deseos van junto con las expresiones de ánimo, referencias de tipo religioso o las formas vocativas, como en: “Espero mucho de todo corazón que te sanes, cuídate, amigo, que te cuides y Dios bendiga de ti, solo no te des por vencido !FUERZA CAMPEÓN!” Conviene observar, de igual modo, la tendencia a actualizar distintos mecanismos de intensificación (“te deseo de todo corazón; río de bendiciones; cuídate muchísimo; eres una luchadora de verdad...”).

Indudablemente, los comentarios que hemos podido consultar constituyen muestras de la cultura participativa vinculada a las plataformas digitales. Este tipo de mensajería performativa, término al que hemos aludido en nuestro acercamiento, parece cobrar una relevancia especial también en el mundo marcado por la pandemia de coronavirus. La experiencia compartida, en la que la inquietud no excluye la esperanza, potencia distintas manifestaciones de apoyo y solidaridad, contribuyendo, además, a la formación de una peculiar *community of practice*. Los usuarios visualizadores de YouTube aprovechan la potencialidad de interacción que ofrece la red y construyen una esfera discursiva común que, en términos pragmático-interaccionales, puede considerarse como un ejercicio interactivo-valorativo. En este lugar convendría apuntar que las voces relacionales que hemos podido detectar en los intercambios virtuales entre los enfermos de Covid-19 y los usuarios visualizadores de YouTube podrían estudiarse perfectamente de acuerdo con la llamada «Teoría de la Valoración» propuesta por Martin y White. El enfoque que

citamos pretende profundizar en las dinámicas interaccionales, preguntándose por tres elementos clave, a saber, a) ¿cómo los interlocutores se aprueban o se desaprueban mutuamente y cómo se posicionan en la interacción?; b) ¿de qué modo se construyen los discursos a través de sentimientos y valores compartidos?; c) ¿cómo se construyen y presumen identidades a partir de actos sociopragmáticos? Sin lugar a dudas, el material analítico recopilado en nuestro estudio da cuenta de las actitudes y valoraciones de los que, ante la realidad pandémica, reaccionan con palabras de ánimo y solidaridad. Aparte de juicios y apreciaciones, se actualiza, de igual modo, un determinado compromiso con otros participantes del acto comunicativo, como también con el mismo discurso. Y, finalmente, en ese peculiar juego de voces se deja entrever lo que en la Teoría de la Valoración se concibe como *gradación*: nos referimos, en concreto a un marcado grado de expresividad que hemos podido observar. Todo aquello confirma y consolida la relación coparticipativa de la que hemos tratado de dar constancia en este estudio.

OBRAS CITADAS

- Austin, John L. *How To Do Things With Words*. Clarendon Press, 1962.
- Blanco, Xavier. «Les pragmatèmes: définition, typologie et traitement lexicographique». *Verbum*, vol. 4, 2013, págs. 17-25.
- Bucholtz, Mary y Kira Hall. «Identity and interaction: a social-cultural linguistic approach.» *Discourse Studies*, vol. 7, N.º 4-5, 2005, págs. 585-614.
- Carretero, Marta, Carmen Maíz-Arévalo y María-Ángeles Martínez. «‘Hope This Helps!’ An analysis of expressive speech acts in online task-oriented interaction by university students». *Yearbook of Corpus Linguistics and Pragmatics*, ed. Jesús Romero-Trillo, Springer International Publishing, 2014, págs. 261-289.
- Chamorro Maldonado, Miguel Alejandro. «El conflicto catalán: discursos de los medios y expresiones discursivas de los usuarios en *Youtube*». *Comunifé: Revista de Comunicación Social*, vol. 18, N.º 18, 2018, págs. 65-75.
- Dumitrescu, Domnita. «La expresión de buenos deseos hacia nuestro prójimo: ¿un acto de habla cortés automático?» *Pragmática sociocultural: estudios sobre el discurso de cortesía en español*, ed. Diana Bravo, Antonio Briz, Ariel, 2004, págs. 265-283.
- Eckert, Penelope y Sally McConell-Ginet. «Communities of practice: Where language, gender, and power all live». *Locating Power: Proceedings of the Second Berkeley Women and Language Conference*, ed. Kira Hall y Mary Bucholtz, Berkeley Women and Language Group, 1992, págs. 89-99.
- Gallardo Camacho, Jorge. «Análisis del fenómeno *Yotube* en España: Relación con los espectadores y los generadores de contenidos tradicionales». *Revista Luciérnaga*, vol. 5, N.º 9, 2013, págs. 57-68.

- García González, Lidia A. «Aproximaciones al estudio del movimiento social #YoSoy132 a través del análisis de los comentarios de videos en YouTube». *Versión. Estudios de Comunicación y Política*, N.º 31, 2013, págs. 79-89.
- Gharbi, Najwa. «Les pragmatèmes d'affect: délimitation définitives et propriétés sémantico-pragmatiques». *Lublin Studies in Modern Languages and Literature*, vol. 42, N.º 4, 2018, págs. 150-170.
- Haverkate, Henk. *La cortesía verbal. Estudio pragmalingüístico*. Gredos, 1994.
- Katsiki, Stavroula. *Les actes de langage dans une perspective interculturelle: L'exemple du vœu en français et en grec*, Tesis doctoral inédita, Université Lumière Lyon 2, 2001.
- Martin, James Robert, y Peter R. White. *The language of Evaluation. Appraisal in English*. Palgrave Macmillan, 2005.
- Orduña-Malea, Enrique, Cristina I. Font-Julián y José-Antonio Ontalba-Ruipérez. «Covid-19: análisis métrico de videos y canales de comunicación en YouTube». *El profesional de la información*, vol. 29, N.º 4, 2020, págs. 1-14.
- Peláez Torres, Marta. «Aproximación sociopragmática y pragmalingüística a la formulación de buenos deseos y felicitaciones en español». *Pragmalingüística*, N.º 25, 2017, págs. 467-489.
- Sánchez-Olmos, Cande y Tamara Hidalgo-Marí. «Del sofá a YouTube: estudio de género sobre la interacción en la red social en torno a las series de TV españolas». *Communication & Society*, N.º 29 (2), 2016, págs. 117-132.

DAR ÁNIMO EN TIEMPOS DE PANDEMIA
ESTRATEGIAS DISCURSIVO-INTERACCIONALES UTILIZADAS
EN LOS COMENTARIOS A LOS TESTIMONIOS DE LOS ENFERMOS DE COVID-19

Resumen

El artículo se centra en las estrategias discursivo-interaccionales a las que recurren los usuarios de habla hispana de YouTube dirigiendo sus comentarios a los enfermos de Covid-19. De modo especial nos fijaremos en la expresión de apoyo y solidaridad. Partimos del supuesto de que los comentarios con los que los *youtubers* reaccionan ante los testimonios de los enfermos de Covid-19 constituyen una forma particular de comunicación que, sin ser una expresión prototípica del principio de «reciprocidad interaccional», presenta diferentes manifestaciones de interacción dialogante. Las estrategias seleccionadas (entre ellas: buenos deseos, formas vocativas, fórmulas de ánimo, muestras de interés, cumplidos, referencias de tipo religioso...) parecen indicar que la realidad pandémica ha contribuido a la creación de una particular *community of practice*, la cual dentro de un espacio virtual cumple con el principio interaccional de solidaridad, valorando, además, los tiempos marcados por la epidemia de coronavirus.

Palabras clave: Covid-19; comunicación *online*; estrategias discursivo-interaccionales; actos de habla; señales verbales de empatía.

DODAWAĆ OTUCHY W CZASACH PANDEMII.
STRATEGIE DISKURSYWNO-INTERAKCYJNE WYKORZYSTYWANE
W KOMENTARZACH DO WYPOWIEDZI CHORYCH NA COVID-19

Streszczenie

Przedmiotem artykułu są strategie dyskursywno-interakcyjne, do których odwołują się hiszpańskojęzyczni użytkownicy serwisu YouTube w komentarzach kierowanych do chorych na COVID-19. W sposób szczególny interesują nas mechanizmy, przy pomocy których wyrażane jest wsparcie i solidarność. Wychodzimy z założenia, iż komentarze pozostawiane pod filmikami umieszczanymi w Youtube stanowią szczególny rodzaj komunikacji, która nie będąc prototypową realizacją zasady interakcyjnej wzajemności wykazuje znaczny stopień interpersonalnego i interakcyjnego oddziaływania. Wydzielone strategie (a wśród nich życzenia, nacechowane ekspresywnie formy wołaczowe, werbalne sygnały empatii i zainteresowania, komplementy i pochwały, inwokacje o charakterze religijnym itp.) wydają się wskazywać, iż pandemiczna rzeczywistość przyczyniła się do wytworzenia sowego rodzaju wirtualnej *community of practice*, która we właściwy sobie sposób realizuje interakcyjnie pojmowaną zasadę solidarności, wartościując przy tym czas naznaczony epidemią koronawirusa.

Słowa kluczowe: COVID-19; komunikacja online; strategie dyskursywno-interakcyjne; akty mowy; językowe sygnały empatii.

GIVING MORAL SUPPORT IN THE TIME OF THE PANDEMIC:
DISCOURSE-INTERACTIVE STRATEGIES USED IN COMMENTS
ADDRESSED TO PEOPLE WITH COVID-19

Summary

The aim of this article is to analyse the discourse-interactive strategies applied by Spanish speakers in YouTube comments addressed to people infected by COVID-19. We are especially interested in the mechanisms that reflect support and solidarity. Our main assumption is that the comments that accompany YouTube videos constitute a special type of communication which, though not fulfilling the prototypical principle of “interactive reciprocity”, demonstrates a considerable level of interpersonal and interactive mutual influence. The strategies analysed (including greetings, expressive vocative forms, verbal empathy and signals of interest, compliments and praise, religious invocations, etc.) seem to indicate that the “pandemic reality” has contributed to the creation of a certain type of virtual *community of practice* that, in its own way, fulfils the interactive principle of solidarity, whilst simultaneously evaluating the time of the coronavirus epidemic.

Keywords: COVID-19; online communication; discourse-interactive strategies; speech acts; verbal empathy signals.