

XXI JORNADA ESTUDIANTEL
TALLER DE COMPRENSIÓN Y PRODUCCIÓN
TEXTUAL

**“CONSTRUYENDO
SENTIDO: UN RECORRIDO
POR TIPOLOGÍAS
TEXTUALES”**

10 DE DICIEMBRE 2025

9:00H

FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS
ANFITEATRO 2

¿QUÉ DICE EL MENÚ DE NOSOTROS? IDENTIDAD, LENGUAJE Y CULTURA EN LA CLASE TEXTUAL GASTRONÓMICA

**Por Dahrouge, Sofía; Fernández, Sofía Nazarena y Villazur Dip, Marina.
Comisión 1**

El presente estudio busca poner de manifiesto el carácter lingüístico, social y cultural de los menús de restaurantes y cafeterías en la provincia de Tucumán y averiguar en qué medida son reconocidos como una clase textual (Heinemann, 1991) entendiendo como tal, a la clasificación empírica realizada por miembros de una comunidad ante las interacciones con textos de uso corriente.

Consideramos que el menú se ha definido con una serie de características que lo hacen ser reconocible, como el léxico especializado en gastronomía, una estructura convencional, la construcción de diferentes formas de identidad, la habilitación de un espacio de interacción social, la globalización de términos, estilos y lenguas extranjeras.

Se plantea indagar, mediante un corpus seleccionado de 30 menús, qué función predomina, en qué ámbitos y situaciones los podemos encontrar, y, por ende, qué tipo de relación se establece entre estos textos y sus destinatarios. También, se ha propuesto analizar el léxico utilizado en las diferentes cartas de restaurantes y cafeterías.

Para llevar a cabo la investigación aplicamos una encuesta a 43 participantes de diferentes franjas etáreas (adolescentes, adultos y adultos mayores). Este instrumento consta de 11 preguntas de respuesta abierta y de opción múltiple (referidas a sus datos personales, a la identificación de la clase textual, a los cambios observados en los menús y a sus preferencias personales por algunos términos y formatos).

Resultados parciales nos permiten afirmar que los menús constituyen una clase textual dinámica, que evoluciona a lo largo del tiempo.

Palabras claves: Menús - población - sociocultural - lingüística-evolución.

SCROLL, LIKE Y PERSUASIÓN: LA NUEVA RETÓRICA DEL CONSUMO EN LOS REELS PUBLICITARIOS

Por Roldán, Sonia Melina; Statkevich, Miguel Ignacio Agustín y Tanos, Jerónimo Joel.

Comisión 1

El presente estudio analiza el reel publicitario de Instagram como un formato discursivo emergente dentro del ecosistema digital contemporáneo. En una era marcada por la fragmentación de la atención y el consumo veloz de contenidos audiovisuales, el reel se consolida como una herramienta clave del marketing digital y una nueva forma de argumentación visual.

El objetivo general consiste en analizar el reel como clase textual argumentativa con función apelativa, atendiendo a tres variantes estructurales: tradicional, sketch y encubierto. Desde la teoría de las clases textuales de Brinker (1988), se examina diferentes variables estructurales y cómo estos formatos articulan recursos visuales, verbales y sonoros orientados a la persuasión, algunos con la figura central del influencer.

Cómo hipótesis sostenemos que el reel publicitario puede considerarse un texto argumentativo, ya que combina recursos visuales, verbales y contextuales orientados a la persuasión. A través de la brevedad, el humor y el uso de influencers como mediadores de credibilidad, este formato logra captar la atención y reforzar la función apelativa propia del discurso publicitario digital.

La investigación adopta un enfoque cualitativo basado en el análisis de quince reels publicitarios (cinco de cada subtipo) y en una encuesta aplicada a cincuenta y dos usuarios activos de Instagram, en su mayoría jóvenes y adultos jóvenes habituados al lenguaje visual y a la interacción constante en redes.

Se concluye que el reel publicitario redefine la relación entre publicidad, entretenimiento y discurso digital, consolidándose como una forma híbrida de persuasión que integra consumo, narrativa y cultura visual contemporánea.

Palabras clave: reel publicitario - persuasión - texto argumentativo - influencers - Brinker.

LA ORALIDAD PLANIFICADA: EL PODCAST EDUCATIVO COMO GÉNERO DISCURSIVO EN LA ERA DIGITAL

**Por Chaves, Marcia Malena; Gascó, Danna e Ituarte, Melina Ailén.
Comisión 1**

El presente trabajo analiza el podcast educativo como género discursivo en el marco de la cultura digital contemporánea, entendida como un entorno donde las prácticas comunicativas y educativas se reconfiguran mediante tecnologías. Aunque los estudios previos destacan su valor pedagógico, democratizador y didáctico, existe un espacio de vacancia en su abordaje desde una perspectiva textual y discursiva, lo que motiva esta investigación. Los objetivos específicos son examinar cómo la oralidad planificada facilita la divulgación del conocimiento, analizar sus funciones comunicativas y describir los rasgos estructurales.

La hipótesis sostiene que el podcast educativo constituye un género híbrido, que combina la planificación textual propia del discurso académico con la inmediatez de la oralidad, convirtiéndose en un dispositivo de mediación entre lo académico y lo cotidiano.

El marco teórico integra los aportes de Bajtín (1982), sobre los géneros discursivos; Brinker (1988), respecto a las funciones comunicativas; Van Dijk (1997), sobre superestructura y macroestructura textual; y Oesterreicher (1996), en el continuo entre medialidad e inmediatez/distancia comunicativa.

La metodología se basa en un análisis textual cualitativo de un corpus compuesto por nueve podcasts educativos de distintas disciplinas, complementado con una encuesta de interés cuantitativo a oyentes que permite contextualizar su recepción.

Entre los resultados esperados, se prevé identificar los rasgos estructurales y funcionales del podcast educativo y demostrar que su efectividad comunicativa radica en la combinación entre accesibilidad, flexibilidad y tono conversacional.

En síntesis, este trabajo busca contribuir a la comprensión del podcast educativo como una nueva forma de mediación discursiva en la era digital, capaz de transformar las prácticas de enseñanza, aprendizaje y divulgación del conocimiento.

Palabras clave: podcast educativo - géneros discursivos - inmediatez/distancia comunicativa - funciones textuales - cultura digital.

DEDICATORIAS: ABORDAJES LINGÜÍSTICOS DE UNA ESCRITURA AL MARGEN

Por Almirón, Agustín; Hernández Teitelbaum, Clara; Lazarte, Aníbal Sebastián.

Comisión 2

El presente trabajo aborda la dedicatoria como una clase textual compleja, situada generalmente al comienzo de una obra. Nuestra investigación parte de la premisa de Genette (2001) sobre tipos de dedicatorias: de obra y de ejemplar. El primer tipo hace referencia al texto breve impreso en el libro, cuyo emisor es siempre el autor del mismo, y que en general va dirigido a un grupo o persona a manera de agradecimiento formal. El segundo tipo refiere a un breve texto manuscrito en un ejemplar específico de algún libro, dirigido a un destinatario individual. Nuestro interés se centra en este último tipo, ya que permite dar cuenta de la personalización del mensaje por parte del emisor, que agrega un valor afectivo y personal al ejemplar. Se realiza un análisis lingüístico de un corpus de dedicatorias, las cuales son clasificadas y contrastadas según sus características estructurales y de contenido, siguiendo la teoría de Brinker (1988) sobre las clases textuales. Además, analizamos las respuestas obtenidas mediante un formulario aplicado a personas de distintos grupos etarios, lo que permite integrar la perspectiva de los receptores sobre el valor de las dedicatorias. El estudio utiliza los aportes de Gallardo (2007) como base para tratar de consolidar el carácter íntimo y estructural de la dedicatoria como un juego de lenguaje que trasciende su brevedad, aportando una dimensión personal a la estructura del libro.

Palabras clave: Dedicatoria - dedicatoria de ejemplar - estructura - abordajes lingüísticos - trascendencia.

TRANSFORMACIONES EN LA COMUNICACIÓN COTIDIANA: DEL TEXTO ESCRITO A LOS STICKERS EN LAS CONVERSACIONES DE WHATSAPP

**Por Abregú García, Aimé; Gómez, Cielo Abigail; Morales, María Candela
y Reynaga, Sofía Ana Laura.
Comisión 2**

En el presente trabajo se analizó el uso de stickers en conversaciones de WhatsApp para determinar si pueden ser considerados una clase textual según los criterios de Brinker (1988). Nuestros objetivos se centraron en comprender por qué estos recursos visuales han adquirido tanta relevancia entre los usuarios y cuáles son sus funciones comunicativas, su valor intertextual y su papel en la construcción de jergas visuales dentro de grupos sociales.

Como hipótesis planteamos que los stickers constituyen una clase textual validada convencionalmente, capaz de reemplazar o complementar actos verbales, con una fuerte carga expresiva, fática e intertextual, lo que los convierte en un recurso distintivo dentro del repertorio comunicativo digital.

Nuestro marco teórico se basa en estudios sobre comunicación digital e iconicidad (Álvarez, 2022; Ardiles Muñoz, 2025 ; Sampietro, 2023; Vela Delfa, 2024), así como en los criterios de Brinker (1988), sobre función textual, situación comunicativa y rasgos lingüístico-formales.

El corpus está compuesto por 36 capturas de pantalla de conversaciones de WhatsApp provenientes de contextos personales y universitarios dados en la Facultad de Filosofía y Letras, y en la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional de Tucumán (UNT). Además, se aplicó una encuesta online, que combina un enfoque cualitativo - cuantitativo, dirigida a personas de entre 18 y 53 años para relevar frecuencia de uso, funciones atribuidas y criterios de selección contextual.

Los resultados demostraron que los stickers juegan un papel importante en la construcción de significados y la regulación de vínculos en la comunicación digital.

Palabras clave: stickers - WhatsApp - comunicación digital - clases textuales - intertextualidad.

**LOS COMENTARIOS DIGITALES COMO CLASE TEXTUAL:
ANÁLISIS DE LOS COMENTARIOS DE INSTAGRAM Y X SOBRE EL
STREAMING DE LA EXPEDICIÓN OASIS SUBMARINOS DEL
CAÑÓN DE MAR DEL PLATA: TALUD CONTINENTAL IV**

Por Albornoz, Nicolás Alfredo; Flores, Lucía Gabriela y Sosa, Andrea Elizabeth.

Comisión 2

El presente trabajo analiza los comentarios digitales publicados en Instagram y X sobre el streaming de la expedición Oasis submarinos del cañón de Mar del Plata, trabajo en conjunto del CONICET y el Schmidt Ocean Institute. El estudio se inscribe en un contexto en el cual las redes sociales se han consolidado como espacios de debate, confrontación y circulación inmediata de opiniones. En este escenario, los comentarios digitales se vuelven un objeto de estudio especialmente relevante porque concentran buena parte de las opiniones en torno a temas sociales, políticos y científicos. Nos proponemos analizar el comentario digital como clase textual teniendo en cuenta los aportes de Brinker (1988) para determinar la función textual predominante y el despliegue temático de estos textos. Teniendo en cuenta la notable violencia en las redes sociales también fue necesario agregar al análisis el concepto de despliegue temático pseudoargumentativo (Maliandi, 1997) y los aportes de Van Eemeren (2006) sobre falacias que pueden presentarse en la discusión crítica. En este marco, partimos de la hipótesis de que los comentarios digitales publicados en ambas plataformas no buscan promover un acuerdo ni una discusión racional, sino que tienden a reproducir posicionamientos ideológicos mediante intervenciones apelativas y frecuentemente pseudoargumentativas; además, anticipamos que X presenta mayores niveles de agresión y ataques personales que Instagram debido a la política y cultura de plataforma. Para llevar a cabo la investigación se construyó un corpus de 150 comentarios provenientes de publicaciones de Página/12 y La Nación sobre el tema en discusión. Asimismo, se integraron datos de una encuesta a 69 usuarios para contrastar los hallazgos del corpus con las percepciones sociales sobre la discusión digital. Los resultados confirman las hipótesis, los comentarios, en su mayoría, no son argumentativos, principalmente en X.

Palabras clave: comentarios digitales - pseudoargumentación - falacias - clase textual - ciencia.

LENGUAJE Y MATERIALIDAD EN LOS FANZINES DE TUCUMÁN: UN ANÁLISIS TEXTUAL

**Por Bulacio, María del Carmen; Chavez, Daiana de los Ángeles y Peschiutta Carrizo, Juan Gabriel.
Comisión 2**

Los Fanzines se establecieron como espacios de producción independiente dentro del campo cultural tucumano. Aunque se reconoce su valor cultural, este no es clasificado lingüísticamente, esta ausencia representa el espacio de vacancia de la investigación. Constituye una práctica cultural que combina hibridez discursiva y materialidad artesanal, configurándose como un espacio de experimentación estética y comunicativa. Debido a la flexibilidad de los géneros textuales, este formato articula poesía, narración, ensayo, ilustración y consignas políticas, orientándose a la expresión subjetiva y a la interpelación al lector. En el presente trabajo se clasifica al Fanzine como una clase textual, siguiendo la concepción funcional de Brinker (1988) y las normas de textualidad propuestas por Beaugrande y Dressler (1972;1997). Se parte de la idea de que el Fanzine no sólo transmite información, sino que interpela al lector, expresa subjetividades y establece contacto colectivo.

El Corpus está conformado por 25 Fanzines tucumanos, seleccionados de producciones independientes y editoriales locales. Se aplicaron tres estrategias: análisis lingüístico-discursivo de los ejemplares, entrevistas semiestructuradas a productores y sistematización de sus características materiales y discursivas. El análisis de los datos permitió afirmar que el Fanzine, por su predominancia de la función apelativa, su hibridez genérica y su circulación autogestionada, se define como una clase textual alternativa, legitimada por su carácter contracultural y comunitario. Asimismo, se comprueba una recurrencia en la intencionalidad y situacionalidad, donde la hibridez de géneros y la libertad formal lo consolidan como una clase textual de resistencia y expresión alternativa.

Palabras claves: Fanzine - clase textual - hibridez - contracultural - Tucumán.

MENSAJES DE LAS GALLETAS DE LA FORTUNA: UN ESTUDIO DE LA CLASE TEXTUAL

**Por Díaz, Santiago y Espeche, Sofía del Huerto.
Comisión 3**

Las galletas de la fortuna se convirtieron en un fenómeno mundial a través de los años, desde su creación entre 1909 y 1919 en Estados Unidos, debido a sus mensajes internos de aliento y predictivos de una fortuna.

El siguiente trabajo de investigación presenta como objetivo principal el estudio de estos mensajes de las galletas de la fortuna como clase textual centrándonos en el análisis lingüístico y semiótico de su configuración, para responder preguntas como: ¿Qué motiva a los consumidores a adquirir el producto?, ¿qué efecto produce en el consumidor el mensaje que recibe?, ¿influye en las acciones o estado de ánimo?, ¿Qué estructura presenta?, ¿podría considerarse un género oracular? Con esta investigación buscamos encontrar una respuesta para la hipótesis de que las Galletas de la Fortuna son un producto en el que lo textual cobra una relevancia fundamental.

Para el análisis contamos con un corpus de 46 frases obtenidas de una caja de galletas (12) y el resto recolectadas de diferentes fuentes (34). Como perspectiva teórico metodológica para el análisis tomaremos como base los aportes de Heinemann y Heinemann (2002), su propuesta de tipología multidimensional y de multinivel: nivel de funcionalidad, nivel de situacionalidad, nivel de tematicidad y estructura y nivel de adecuación de la formulación.

Como método de obtención de datos en torno a la experiencia de los usuarios de esta clase textual aplicaremos una encuesta presentada a una población abierta, para indagar en torno a la representación que se tiene de los textos de las Galletas de la fortuna, el reconocimiento de su impacto comunicacional y algunos datos acerca de su producción.

Palabras clave: géneros oraculares - tipologías textuales - contenido semiótico - análisis lingüístico.

¿CRÍTICA O HUMOR?: RESEÑAS DE TIENDAS ONLINE COMO CLASE TEXTUAL

**Por López, Marlene del valle y Rivet Mahmud, Rocío Aylén.
Comisión 3**

Esta ponencia analiza las reseñas de productos publicadas en plataformas de comercio electrónico como Amazon y Mercado Libre, con el objetivo de describir sus funciones discursivas y caracterizarlas como una clase textual dentro de los géneros digitales contemporáneos. A partir de este análisis, se identifica que un grupo de reseñas incorpora recursos expresivos —como ironía, humor o exageración— que modifican parcialmente su función evaluativa tradicional, generando usos lúdicos y críticos del género.

La perspectiva teórico metodológica, cualitativa y descriptiva, articula los aportes de Brinker (1988) sobre funciones textuales y de Bajtín (1982, 1987) en torno al dialogismo y la carnavalización. El corpus incluye veinticuatro reseñas seleccionadas entre 2015 y 2025. El análisis lingüístico-pragmático se centró en las marcas de ironía, hipérbole, parodia y coloquialismo, contrastándolas con el registro de reseñas formales del mismo producto.

Como aportes teóricos consultamos investigaciones que estudian la ironía desde un enfoque situacional y de conocimiento compartido entre interlocutores (Filatova, 2012), lo que permite comprender la adaptación del humor al contexto de las reseñas digitales. El análisis de emociones y tonos valorativos propuesto por Martens y Johann (2017) orientó la diferenciación entre reseñas formales e informales. Además, se incorporaron estudios sobre detección automática de ironía (Zhang, 2024) y sobre la ironía como mecanismo de crítica social (Zires Roldán, 2023).

Los resultados muestran que las reseñas analizadas mantienen la estructura y la función evaluativa del género, pero en determinados casos incorporan recursos expresivos que amplían su alcance comunicativo. Esto permite proponer una relectura del modelo funcional de Brinker, al reconocer la presencia de usos lúdicos que se integran a la función evaluativa. Desde las categorías bajtinianas, estas prácticas pueden interpretarse como formas de carnavalización digital que introducen una crítica irónica al discurso del consumo. La encuesta respalda esta interpretación: más del 60 % de los participantes consideró que el humor no reduce la credibilidad del texto.

En conjunto, se concluye que estas reseñas constituyen un fenómeno híbrido donde la evaluación se articula con estrategias expresivas, evidenciando nuevas formas de creatividad y posicionamiento del consumidor en la cultura digital contemporánea marcada por la creatividad y la crítica simbólica.

Palabras clave: reseñas digitales - discurso - evaluación - ironía - humor.

“YO QUIERO UN TRAPO QUE TENGA ESTOS COLORES...”: UN ACERCAMIENTO HACIA LOS CANTOS DE CANCHA

Por Cañizares, Tomás; Godoy Asís, Mateo Francisco; Peñaloza, Guadalupe Elizabeth; Ríos, Magalí y Villafañe, Isabel.

Comisión 3

Como fenómeno deportivo de profunda influencia social en la Argentina, el fútbol incorpora entre sus manifestaciones culturales los cantos de cancha, expresiones que forman parte del ritual indispensable para los aficionados de cada club. Este estudio aborda dichos cánticos como una clase textual distintiva, con el propósito de definir sus propiedades formales y pragmáticas, analizar sus funciones, determinar cómo operan en la construcción de la identidad colectiva y establecer una tipologización temática. La investigación plantea interrogantes sobre cómo se construye la imagen del "nosotros" y del "otro" en estos cánticos, qué recursos lingüísticos predominan, qué géneros musicales se adaptan con mayor frecuencia y si existe una tipologización temática identificable. Se utiliza como referente teórico la propuesta de Heinemann y Heinemann (2002) y sus niveles de tipologización para el análisis de un corpus de 56 cánticos pertenecientes a los equipos más reconocidos de la Argentina y de Tucumán, incluyendo también un repertorio del fútbol femenino. Los datos que sustentan el análisis provienen de dos encuestas de selección múltiple realizadas a hinchas de distintas edades y aficionados a diferentes equipos, quienes debían poseer un conocimiento básico sobre el rol de las hinchadas y la dinámica del ritual futbolístico. Se espera determinar las funciones comunicativas predominantes de estos cantos, identificar los mecanismos discursivos mediante los cuales se construye la identidad colectiva, caracterizar el rol de la intertextualidad y de los recursos musicales.

Palabras clave: fútbol - cantos - aliento - hinchada.