

La expresión de la actitud en un corpus oral de presentaciones académicas de estudiantes ELE y hablantes de herencia de español en contexto universitario en Estados Unidos

The expression of attitude in an oral corpus of academic presentations of L2 Students and Heritage Speakers of Spanish at the university context in the United States

Eva Gómez García

Brown University

eva_gomez_garcia@brown.edu

RESUMEN

En este artículo se presentan los resultados del análisis de un corpus (n=15) de presentaciones académicas orales (PAO) en español realizadas por estudiantes universitarios hablantes de herencia y de ELE estadounidenses. El objetivo es determinar la manera en la que se manifiesta la postura a través del metadiscurso. Con este fin se identificaron las marcas metadiscursivas de actitud, su frecuencia de uso y función retórica según las categorías en la taxonomía de Hyland. Los resultados muestran que el grupo de herencia hace mayor uso de estos recursos y que los adjetivos evaluativos en ambos grupos es la forma lingüística más empleada para codificar las muestras de actitud.

Palabras clave: análisis de corpus, postura, marcadores de actitud, metadiscurso

ABSTRACT

This article reports on the results of the analysis of a corpus (n=15) of oral presentations in Spanish given by undergraduate Heritage Speakers and L2 students in the US. The goal is to determine how students express their stance through metadiscourse. The analysis focused on attitude markers, their frequency and rhetorical function as proposed by Hyland. The results reveal that Heritage Speakers use these attitude markers the most and that evaluative adjectives, in both groups, is the most common linguistic realization to codify stance.

Keywords: corpus analysis, stance, attitude markers, metadiscourse

1. INTRODUCCIÓN

Este estudio se enmarca dentro del área de Corpus de Aprendices de Lenguas en formato computacional y de Análisis del Discurso. A partir de un corpus de 15 presentaciones académicas orales (PAO) en español, producidas por hablantes de herencia (n=6) y estudiantes de ELE (n=9), se analiza la expresión de la actitud para conectar con la audiencia a través de estrategias metadiscursivas. Las presentaciones académicas se tratan de un género formativo esencial y el conocimiento de sus características contribuye al aprendizaje de las prácticas discursivas en el ámbito de educación superior y, por lo tanto, es conducente a la adquisición de la competencia académica. Es debido a esto por lo que el trabajo con corpus electrónicos de aprendices se revela fundamental para poder llevar a cabo un análisis del funcionamiento de la lengua del que poder seguir aprendiendo. De entre las múltiples oportunidades de análisis que nos ofrece el discurso a través del uso de corpus, nos centramos en el metadiscurso, cuya investigación siempre ha estado estrechamente vinculada con la Lingüística de Corpus. El objetivo principal de este estudio es entender la forma en que estos dos grupos de estudiantes utilizan el español en una presentación oral y ver qué revela el análisis del metadiscurso sobre los mecanismos lingüísticos de su discurso oral en conexión con la manifestación de su postura y su expresión personal.

2. CONTRIBUCIONES DE LOS CORPUS PAO A LA DIDÁCTICA DE ELE: RELEVANCIA DE LA PRODUCCIÓN DE APRENDICES DE ESPAÑOL

El interés por entender cómo funciona la expresión personal en el discurso académico ha llevado a su investigación a partir de diferentes metodologías complementarias, desde descripciones de una única muestra de texto a investigaciones empíricas de los patrones generales con corpus electrónicos gracias a las nuevas tecnologías (Biber 2006). Es por ello, por lo que, en el campo de la adquisición de lenguas, la creación de los corpus de aprendices de lenguas se convierte en esencial y su utilidad es evidente a la hora de extraer información sobre un género textual o cuando se busca entender un fenómeno lingüístico.

El proyecto MiCASE (*Michigan Corpus of Academic Spoken English*) es uno de los esfuerzos más productivos para describir los registros universitarios orales en inglés. Sin embargo, en el campo del español académico, como apunta Ainciburu (2012), "es difícil disponer de material integrado en corpus" y "esa dificultad se potencia aún más cuando el texto meta es de producción oral". A pesar de intentos más articulados como el Corpus Académico y Profesional del Español de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso (PUCV-2006) y el Proyecto europeo ADIEU (Discurso Académico en la Unión Europea, 2001), sigue existiendo una ausencia de corpus representativos de géneros académicos de producción ELE no nativa.

Asimismo, si se considera que la PAO se trata de un género que todavía no se ha estudiado de forma exhaustiva en español (Villar, 2014), cabe esperar que la existencia de corpus de aprendices sea todavía reducida. Sin embargo, hay que señalar que en años recientes se han producido intentos individuales de elaboración de corpus de presentaciones académicas producidas por estudiantes de español.

Una de las primeras contribuciones al corpus de PAO de aprendices de ELE es la de Villar (2011, 2014). Esta investigadora se interesa por la producción oral de estudiantes alemanes de ELE y para llevar a cabo un estudio empírico crea el Corpus PRESAC (Presentaciones Académicas de fin de curso) en 2011/2013. Este corpus está formado por

tres subcorpus de presentaciones académicas comparables y un total de 57 PAO individuales: 20 de estudiantes hispanohablantes, 18 de estudiantes alemanes y 19 de estudiantes alemanes de ELE. Con este corpus realiza un análisis macrotextual, discursivo y contextual de la PAO y propone un modelo de estructura global textual. Ainciburu (2012/2013) contribuye también a los corpus de aprendices de ELE en el campo de EFE (Español con Fines Específicos) con el corpus BANKIT (Presentación de Bancos y productos financieros). Este corpus se compone de presentaciones orales de evaluación de fin de curso de estudiantes italianos. Ainciburu y Villar (2013) profundizan en la caracterización del género PAO con muestras de ambos corpus y concluyen que mientras que las muestras italianas presentan una estructura monológica, la estructura en el grupo alemán es dialógica por la participación del docente.

Posteriormente, Vergara Padilla (2017) elabora un corpus (2012-2016) para profundizar en la descripción macroestructural y discursiva de este género realizado por aprendices de ELE. El corpus Nebrija-CAO (Corpus Académico Oral) está disponible en TalkBank en formato CHAT (Programas CLAN; McWhinney 2000) y se compone de 67 presentaciones orales grabadas en vídeo de estudiantes estadounidenses ELE. De este corpus se emplearon 20 presentaciones monologadas en la investigación de Vergara Padilla y Mavrou (2019) en la que parten del modelo de Villar (2014) para proponer una estructura global de la PAO dirigida al ámbito formativo para aprendices de ELE.

Todos estos corpus, a pesar de no ser consistentes en número y naturaleza de las muestras, suponen una contribución valiosa que permite seguir profundizando en la producción textual de estudiantes no nativos en lengua española en el género discursivo de la presentación oral. Ainciburu (2018) recoge un panorama de los rasgos textuales estudiados en los últimos años en el ámbito del español con fines académicos dirigido a estudiantes no nativos. Esta investigadora considera que no es metodológicamente necesario comparar las muestras en ELE con un modelo nativo puesto que:

los estudios sobre producciones no nativas tienen un valor por la descripción del fenómeno que realizan y no porque agreguen un peso a la hipótesis de transferencia de la macroestructura o de cualquier otro elemento lingüístico típico de los textos de la lengua materna en la extranjera (142).

Por lo tanto, no cabe duda del valor de los corpus de aprendices de español y su compilación, pese a las dificultades metodológicas existentes, supone un impulso importante para el avance de esta disciplina.

El corpus empleado en esta investigación también recoge muestras en español de aprendices ELE y hablantes de herencia estadounidenses. Estos últimos son hablantes bilingües que han adquirido su español en el hogar o en su comunidad en Estados Unidos y en algunos casos ha realizado cursos de español en un contexto educativo. En definitiva, el objetivo no es señalar cuánto se aleja su actuación de la producción nativa, sino más bien describir cómo los estudiantes se proyectan en sus presentaciones mediante marcadores de actitud para conectar con su audiencia, por cuanto esto nos puede enseñar de las necesidades pedagógicas específicas de estos dos grupos, dado su diferente perfil lingüístico y sociocultural en el contexto de Estados Unidos.

3. EL METADISCURSO Y LA EXPRESIÓN DE LA ACTITUD

Las investigaciones interesadas por la presencia y el funcionamiento del metadiscurso en los textos han estado fundadas y muy estrechamente ligadas al campo de la Lingüística de

Corpus (Hyland, 2009). En este estudio se emplea el metadiscursos como marco teórico y la taxonomía propuesta por Hyland (2005a).

El metadiscursos revela que cualquier tipo de discurso va más allá de la mera transmisión de información, más bien los textos son una manifestación de que sus autores son conscientes tanto de los lectores como de las consecuencias de su propio texto (Hyland, 2005b). Hyland afirma que, en la construcción de un argumento convincente en el ámbito académico, el control del nivel de personalidad en el texto se convierte en central, el autor busca presentarse a sí mismo y su trabajo de forma creíble, y para ello apela a la solidaridad de los lectores, evalúa el contenido que comparte y reconoce puntos de vista alternativos. En definitiva, para Hyland la interacción en la escritura académica implica adoptar un punto de vista con respecto a los temas analizados y respecto a los otros participantes en la comunicación, que a su vez tienen sus propias perspectivas.

Al igual que sucede con la escritura académica, la presentación oral también constituye un proceso y un producto socialmente construido. Así, de la misma manera, en el caso del género PAO es importante que el expositor sea consciente de la medida en que debe manifestarse en su discurso, de forma que pueda establecer un vínculo efectivo con su audiencia.

Hyland (2005a, 2005b) ofrece un marco formado por dos dimensiones (interactiva e interaccional) para el análisis de los recursos lingüísticos del posicionamiento intersubjetivo. Este estudio se centra en los marcadores de actitud con los que se manifiesta la postura dentro de la dimensión interaccional, la cual "se refiere a la forma en que los escritores llevan a cabo la interacción, colándose en el discurso y haciendo comentarios sobre su propio mensaje" (Hyland 2005a: 49). La siguiente tabla recoge las categorías a través de las que se manifiesta la postura dentro de esta dimensión:

Dimensión interaccional	Postura	-Atenuadores -Intensificadores -Marcadores de actitud -Automención
-------------------------	---------	-----------------------------------------------------------------------------

Tabla 1. Recursos clave de la manifestación de la postura (Hyland, 2005b)

La postura se puede entender como una dimensión actitudinal e "incluye características que se refieren a la manera en que el autor se presenta y transmite sus juicios, opiniones y compromisos" (Hyland, 2005b: 176). Según la propuesta de Hyland (2005b), la *postura* comprende tres componentes principales: la *evidencialidad*, el *afecto* y la *presencia*. Se refiere, por tanto, a las maneras en que los autores a través de diferentes recursos marcan sus textos para comentar la precisión o credibilidad de una hipótesis, en qué grado se comprometen con esa información o la actitud que quieren expresar al respecto.

De estos componentes de la postura, nos interesa el *afecto* puesto que alude a la expresión de la actitud y como afirma Hyland "involucra una amplia gama de actitudes personales y profesionales hacia lo que se dice, incluidas las emociones, las perspectivas y las creencias" (2005b: 178). El *afecto* se manifiesta a través de los *marcadores de actitud* que son recursos que indican "la actitud afectiva, más que epistémica, del autor hacia las propuestas, transmitiendo sorpresa, acuerdo, importancia, frustración, etc., más que compromiso" (2005a: 53).

Existen diferentes mecanismos para manifestar actitud en el discurso, pero se expresa más explícitamente mediante *verbos de actitud* (por ejemplo, *acordar, preferir*), *adverbios oracionales* (lamentablemente) y *adjetivos* (*apropiado, lógico, notable*). Cuando se emplean estos recursos, no solamente se expresa una postura, sino que se asume que el lector o la audiencia comparte estas actitudes, valores y reacciones. La presencia de estos elementos en una presentación oral refleja la actitud del expositor sobre el contenido que comparte.

4. MAPA DE LA PRESENCIA DEL METADISCURSO INTERACCIONAL EN DIFERENTES GÉNEROS Y TEXTOS

En esta sección se realiza un recorrido por diferentes géneros académicos, tanto escritos como orales, recogidos en corpus para dar cuenta del papel que desempeñan los marcadores de actitud en cada uno de ellos.

4.1. El metadiscursos en géneros académicos escritos

Las investigaciones de Hyland (2005a, 2005b, 2009) y Hyland y Jiang (2016) son reflejo de la importancia de los elementos metadiscursivos, tanto interactivos como interaccionales, dentro del discurso académico escrito en inglés. Los corpus con los que han trabajado estos investigadores para llevar a cabo sus investigaciones están formados por artículos de investigación publicados en diferentes disciplinas académicas. Dentro de la dimensión interaccional, Hyland se ha centrado sobre todo en el estudio de recursos como los *atenuadores, intensificadores y marcadores de actitud*. A su vez, el trabajo de Hyland ha tenido un enorme impacto en numerosas investigaciones que se han interesado no solo por el discurso escrito y oral académico en inglés, sino también por otros géneros y otras lenguas.

Con el fin de examinar cómo se logra la interacción en el discurso académico y las preferencias de las comunidades disciplinarias en la construcción de los autores y sus lectores, Hyland (2005b) aborda la expresión de la postura en 240 artículos de investigación pertenecientes a ocho disciplinas representativas de la práctica académica. El análisis del corpus revela que la expresión de la postura constituye una característica relevante de la escritura académica. Los marcadores de postura son muy comunes (30,9 por mil palabras, en adelante, pmp) y dentro de esta categoría los *marcadores de actitud* es el segundo recurso más empleado con un 20,5% del total o 6,4 ítems pmp. En cuanto a la distribución por disciplinas, esta investigación revela que los marcadores de actitud están presentes en todo el corpus, pero también destacan en las humanidades y ciencias sociales, lo que indica que los autores asumen explícitamente posiciones más personales y comprometidas.

En una investigación más reciente, Hyland y Jiang (2016) realizan un estudio diacrónico de la manifestación de la postura en tres periodos de tiempo diferentes (1965, 1985 y 2015) en los últimos 50 años. Para ello, crean tres corpus (2,2 millones de palabras) de artículos de investigación publicados en cinco revistas y pertenecientes a cuatro disciplinas diferentes (lingüística aplicada, biología, ingeniería y sociología). Los resultados revelan que se está produciendo un cambio en la expresión de la postura. En concreto, en el ámbito de la lingüística aplicada se observa una tendencia a emplear estos recursos menos. Por su parte, en los artículos de ciencias, en especial el caso de ingeniería eléctrica, presentan un aumento en la presencia de sus autores. En cuanto a la expresión del afecto a través de marcadores de actitud, en general se produce una reducción en su manifestación

explícita en lingüística aplicada (-26%) y en sociología (-22%), un aumento en artículos de ingeniería eléctrica (+73%) y apenas cambios en biología. En definitiva, Hyland y Jiang (2016) concluyen que se ha producido un movimiento hacia la homogeneización. Los marcadores de actitud constituyen una opción marcada con la que siempre se crea un mayor impacto. En cuanto a su realización en el corpus, se materializan a través de formas con fuerte significado positivo o negativo (*sorprendente, fascinante*) para manifestar juicio. En todas las disciplinas las opciones más empleadas fueron las formas *important* (importante) y *even* (incluso), mientras que para comentar los datos o los resultados presentados destaca el uso de *expected* (esperado) e *interesting* (interesante).

Los marcadores de actitud también se han estudiado en artículos de investigación en español. Beke (2005) analiza quince artículos (89.135 palabras) de una Revista de Pedagogía con el fin de determinar la manera en que los investigadores en educación comunican su posición y su compromiso con la disciplina. Entre las marcas metadiscursivas identificadas, los marcadores actitudinales ocupan el tercer lugar (21,59%/2,68 pmp) y su presencia sugiere que los investigadores en educación muestran cierta necesidad de evaluar sus planteamientos. Para marcar su actitud los autores recurren al verbo *deber* y expresiones afines (*hay que/de, tener que, es preciso, es necesario*), que suman un total de 101 casos (42%). También Beke (2005) identificó una variedad de adjetivos (*inevitable, alentador, curioso, etc.*), adverbios (*afortunadamente, contradictoriamente, etc.*) o combinaciones de ambos (*altamente compleja, harto difícil, muy curioso, etc.*).

Mur Dueñas (2010) se interesa en estudiar el papel del contexto cultural en la expresión de valores actitudinales a través de marcadores de actitud (Hyland, 2005b) en un corpus de 24 artículos de investigación en Dirección y Organización de Empresas en el contexto norteamericano (12) y español (12). Los resultados indican una frecuencia de uso (8,1 pmp inglés y 7,7 pmp español) y tendencias en los propósitos retóricos de los marcadores actitudinales similares, lo que sugiere que existen valores disciplinares compartidos. En cuanto a las categorías léxico-gramaticales empleadas, se identificaron adjetivos, verbos, sustantivos, adverbios y otras expresiones. Los adjetivos son la forma más frecuente con un 61,6% en inglés y un 64,4% (5,0 pmp) en español. En el corpus español se identificaron 67 adjetivos actitudinales diferentes, los más recurrentes fueron: *principal, importante, relevante, gran, necesario, bueno, adecuado, válido y escaso*. El segundo lugar lo ocuparon los sustantivos (1,5 pmp/ 19,7%) como *importancia y limitación*, seguidos por los adverbios (0,6 pmp/ 7,8%) como *solo, solamente o únicamente* y los verbos (0,4 pmp/ 5,1%) como *aportar y contribuir*, que son muy escasos. Mur Dueñas (2010) clasifica también los marcadores según su valor, siguiendo la taxonomía de Swales y Burke (2003), y los marcadores de actitud centralizados superan los polarizados.

Por último, cabe destacar la relevancia que adquieren los marcadores de actitud en el género académico de reseña de artículos de investigación por su papel esencial a la hora de formular una evaluación. Por lo tanto, este género contribuye enormemente a entender el funcionamiento de estos marcadores, ya que estos textos se convierten en espacios para la expresión de ideas, actitudes y evaluaciones. Azar y Hashim (2019) examinaron las estrategias de evaluación a través de marcadores de actitud en un corpus de 32 reseñas de artículos de investigación en inglés, publicados entre 2000-2007, en una revista sobre lingüística aplicada (ARAL, *Annual Review of Applied Linguistics*). Los resultados muestran que los marcadores de actitud (7,66 pmp del total del corpus) aparecen en las diferentes secciones. La mayoría de los marcadores eran adjetivos actitudinales (casi el 69%), seguidos de adverbios actitudinales, sustantivos y, por último, verbos. La presencia de adverbios, verbos y sustantivos fue escasa. Los marcadores más frecuentes en todas las

secciones fueron *only*, *important* y *issue*. Los marcadores de actitud permiten a los autores hablar de la importancia del contenido y justificar una investigación (*crucial*, *major*, *noteworthy*, *importance*, *significant*), compartir la emoción positiva/negativa que suscitan (*amazing*, *interestingly*, *surprisingly*, *unfortunately*), comentar las limitaciones y vacíos existentes (*issue*, *lack*, *limited*, *short of*, *neglect*) y realizar una evaluación (*adequate*, *caution*, *dilemma*, *marginal*, *obvious*).

4.2. El metadiscurso en géneros académicos orales: clases magistrales

El análisis metadiscursivo también se ha aplicado a géneros académicos orales. Biber (2006) se interesa por la manifestación de la postura en registros universitarios tanto escritos (libros de texto y programas de curso) como orales (clases magistrales y situaciones interactivas de gestión de clase). El sub-corpus con el que realiza su investigación se extrae del corpus T2K-SWAL (*TOEFL 2000 Spoken and Written Academic Language*) y resulta representativo de los registros orales y escritos que los estudiantes universitarios pueden encontrar en Estados Unidos. En términos generales, la postura expresa tanto significados epistémicos como actitudinales, pero en relación a la actitud en esta investigación, cabe señalar que se observa especialmente a través de verbos en la modalidad deóntica, adverbios de actitud (*amazingly*, *importantly*, *surprisingly*) y cláusulas de complemento: mediante verbos de actitud en la estructura *stance verb + that-clause* (*expect*, *hope*, *worry*); adjetivos en la estructura *stance adjective + that-clause/to-clause* de emoción/actitud (*amazed*, *shocked*, *surprised*) o de evaluación (*essential*, *interesting*, *noteworthy*); sustantivos de actitud o perspectiva en la estructura *stance noun + that-clause/to-clause* (*hope*, *view/ failure*, *obligation*, *tendency*). Los resultados de esta investigación ponen de manifiesto que el discurso oral, incluso en contextos académicos, está más cargado de elementos de postura de manera más explícita.

Otras investigaciones sobre el metadiscurso en el discurso oral en contexto académico se han centrado exclusivamente en su uso en clases magistrales. Lee y Subtirelu (2015) emplean el modelo de Hyland (2005a) para analizar dos corpus, uno de 18 lecciones de inglés para fines académicos (L2C2) y otro de 18 clases magistrales universitarias (MiCASE). Los resultados revelan que el metadiscurso interaccional se usó más que el interactivo en un 60% y que los instructores buscan mostrar su postura hacia el contenido e interactuar con los estudiantes. Sin embargo, los marcadores de actitud fueron los recursos menos usados (L2C2: 1,69 pmp / MiCASE: 2,10 pmp). Posteriormente, Kahkesh y Alipour (2017), a partir de un corpus de 40 clases magistrales en inglés (20) y en persa (20), realizan un estudio comparativo de los marcadores metadiscursivos usando el modelo de Hyland. El marcador menos usado fueron los marcadores de actitud con 0,36 pmp en inglés y 0,57 pmp en persa.

4.3. El metadiscurso en discursos públicos orales

Las investigaciones que han abordado discursos públicos orales presentan resultados interesantes respecto al uso de marcadores actitudinales, que pueden ser de interés en el estudio del comportamiento metadiscursivo en PAO. Sukma (2017) emplea ocho discursos de la campaña política de Barack Obama de 2012 usando el modelo propuesto por Dafouz-Milne (2008), concebido para escritura persuasiva, para el análisis de marcadores metadiscursivos interpersonales. La macrocategoría de los marcadores de actitud expresa los valores afectivos de los escritores hacia el texto y los lectores por lo que se orienta más

a la relación del orador/escritor con los lectores/audiencia. Según esta taxonomía, los marcadores de actitud se componen de las siguientes subcategorías: verbos deónticos (*have to, we must understand, needs to*), adverbios actitudinales (*unfortunately, remarkably, pathetically*), adjetivos actitudinales (*it is absurd, it is surprising*) y verbos cognitivos (*I feel, I think, I believe*). Los resultados revelan que los marcadores de actitud representan un 42,10% con 40 ítems y constituyen la categoría con la frecuencia de ocurrencias más alta. En el corpus de discursos se identificaron todas las subcategorías. Se concluye que la estrategia persuasiva de los discursos de Obama consiste en expresar afecto para establecer una relación emocional con sus potenciales votantes.

Tashi y Suksawas (2018) se interesan en la presencia de metadiscurso interaccional, según el modelo de Hyland, en cuatro discursos (5816 palabras) en inglés del primer ministro de Bhutan en los que aborda diferentes temas. Los resultados muestran que los marcadores de actitud (386,8 pmp) fueron los más empleados. Además, esta investigación indaga sobre la influencia que los temas de los discursos pueden tener en el uso de marcadores metadiscursivos interaccionales del orador, aunque la diferencia identificada no fue significativa. Por último, resulta interesante la clasificación que se establece de los marcadores de actitud según la *Appraisal Theory* de Martin y White (2005). Estos recursos pueden tomar la forma de afecto (*affect*), reacciones emocionales; juicio (*judgement*), valoración del comportamiento de las personas; y apreciación (*appreciation*), evaluación del valor de personas/objetos.

4.4. El metadiscurso en presentaciones académicas orales

Los resultados observados en las investigaciones que se ocupan de estudiar el metadiscurso en discursos públicos contribuyen a elaborar un mapa de cómo funciona el metadiscurso en otros géneros orales con características contextuales compartidas. A pesar de la abundancia de estudios sobre el metadiscurso en diferentes géneros y textos, todavía escasean las investigaciones interesadas por su presencia en el género académico de las presentaciones orales. Sin embargo, existen trabajos relativamente recientes que se han centrado en el papel del metadiscurso en el género PAO siguiendo la taxonomía de Hyland (Magnuczné Godó, 2012; Mameghani & Ebrahimi 2017; Mazidah *et al.* 2019; Gómez García 2020). Los estudios de Magnuczné Godó (2012) y Gómez García (2020), a partir de un corpus de aprendices universitarios de inglés (10) y español (15), respectivamente, se han interesado por la interacción con la audiencia a través de marcadores de compromiso en sus presentaciones orales en contexto de clase y concluyen que el uso de este tipo de estrategias interactivas influye en la efectividad y éxito de una presentación.

Mameghani y Ebrahimi (2017) centran su investigación en marcadores de actitud y de compromiso. El corpus sobre el que realizan su análisis lo extraen de MiCASE y se compone de 11 corpus de presentaciones de estudiantes nativos de inglés con un total de 143.373 palabras. Los resultados revelan que la presencia de los marcadores actitudinales (685 ítems/ 4,77 pmp) es menor. Dentro de los marcadores actitudinales la realización lingüística más frecuente son los adjetivos evaluativos (620 ítems/ 90%) como *interesting* e *important* seguidos de adverbios evaluativos (65 ítems/ 10%). Los resultados obtenidos sobre los marcadores de actitud indican que el uso de estas formas contribuye a que las presentaciones sean más subjetivas. Los investigadores concluyen que la naturaleza del género PAO influye en el hecho de que los estudiantes no hagan uso de estas formas al considerar que están simplemente presentando información previamente validada y que se considera un hecho. Otra hipótesis es que el conocimiento limitado de los estudiantes sobre

el tema de la presentación influya en cómo se manifiestan los estudiantes a la hora de presentar y no se sientan capacitados para evaluar el contenido de su presentación, por lo tanto, el uso de marcadores de actitud es más reducido.

Por último, Mazidah *et al.* (2019) estudiaron la presencia de todas las categorías interaccionales, coincidiendo con los resultados obtenidos por Mameghani y Ebrahimi (2017) respecto a los marcadores de actitud. Para ello, estos investigadores compilaron un corpus formado por 19 presentaciones académicas en un curso de un programa universitario de enseñanza de inglés. Los resultados revelan que los marcadores de actitud ocuparon el último lugar (4 ítems/ 0,95%). Además, se manifestaron por igual con dos ítems en forma de verbos en la modalidad deóntica (*look, we can look*) y dos ítems en la forma de adjetivos (*important*). Mazidah *et al.* (2019) concluyen que los estudiantes no manifiestan su actitud hacia las proposiciones en sus presentaciones orales.

La escasez de investigaciones que se han ocupado de los marcadores de actitud en presentaciones orales de estudiantes no nativos pone de relieve la necesidad de que se siga estudiando este género.

5. METODOLOGÍA

En este apartado se presentan las preguntas de las que se parte y que dan lugar a la investigación empírica de este estudio. Después, se describe el corpus, los informantes y el procedimiento seguido.

5.1. Preguntas de investigación

Los estudios empíricos existentes en diferentes géneros sobre marcadores de actitud han identificado que este recurso se manifiesta de manera explícita a través de determinadas categorías léxico-gramaticales de naturaleza actitudinal, en concreto sustantivos, adjetivos, verbos y adverbios. Sin embargo, no existen estudios empíricos que hayan caracterizado el patrón metadiscursivo relativo a la actitud de presentaciones orales en español de estudiantes hablantes de herencia y ELE.

Por lo tanto, a partir del marco conceptual de este estudio y los resultados en estudios previos, con el fin de contribuir a la escasez de investigaciones sobre el metadiscurso en presentaciones orales se formulan las siguientes preguntas.

Dados dos grupos de estudiantes universitarios, hablantes de herencia y ELE, que realizan presentaciones académicas en español:

1. ¿Emplean los dos grupos un número similar de marcadores de actitud?
2. ¿Qué tipo de patrón metadiscursivo (categoría léxico-gramatical, frecuencia y función retórica) presentan los marcadores de actitud?

5.2. Informantes y corpus

Con el fin de llevar a cabo la caracterización del patrón retórico de actitud en las PAO de los dos grupos, se procedió a la elaboración de un corpus. Los participantes son estudiantes en un curso sobre la diáspora latinoamericana en una universidad en el noreste de Estados Unidos. Se requiere un nivel de español de B2-C1, según el Marco Común Europeo de Referencia, para matricularse en este curso. Este requisito se constató a través de

puntuaciones obtenidas a través de exámenes oficiales (puntuación de más de 750 en *SAT II* y 5 en *AP Literature*) o la superación del curso más avanzado del programa de lengua.

Las muestras orales se obtuvieron a partir de la grabación de las presentaciones orales realizadas por los estudiantes. Los temas de las presentaciones se establecían a partir del contenido del curso que estaba siempre relacionado con diferentes aspectos de la diáspora latinoamericana en Estados Unidos como autores destacados, el papel del español y su pérdida, análisis de películas que abordan los efectos de la migración a este país, etc. Los estudiantes podían decidir sobre el tema de la presentación en función del calendario establecido por el profesor del curso.

El corpus de hablantes de herencia (corpus HH, en adelante) se compone de seis presentaciones orales con un número total de 7.574 palabras y el corpus de estudiantes de español como lengua extranjera (corpus ELE, en adelante) comprende nueve presentaciones orales con un total de 8.363 palabras. El corpus para este estudio está compuesto por 15 PAO (15.937 palabras) y se puede consultar en TalkBank (MacWhinney, 2000) dentro de la base de datos SLABank en español dedicada a la adquisición de segundas lenguas.

5.3. Procedimiento

El primer paso fue la elaboración de los corpus mediante la grabación en audio de las PAO. Los estudiantes no recibieron ningún tipo de instrucción previa a la realización de la presentación y desconocían el objeto de estudio de esta investigación.

Después de realizarse la transcripción de los registros orales, se inició una fase exploratoria con el fin de identificar elementos actitudinales explícitos a partir del metadiscurso como marco teórico (Hyland, 2005a) para estudiar este fenómeno. El análisis se centró en las categorías léxico-gramaticales que pueden adoptar los marcadores de actitud: adjetivos, sustantivos, verbos y adverbios. En esta primera fase exploratoria, se realizó una lectura de las transcripciones para extraer todas las categorías de marcadores de actitud presentes en el corpus.

Posteriormente, una vez se determinaron las realizaciones lingüísticas que eran marcadores de actitud en el corpus, se llevó a cabo una fase comprobatoria/ contrastiva en la que se realizaron búsquedas automáticas de las categorías léxico-gramaticales identificadas en la fase previa, a través de la herramienta AntConc (v. 3.4.4, Anthony, 2014) de análisis textual y de concordancias. En esta fase se comprobó también el contexto en el que aparecían para confirmar su función como marcador actitudinal y que eran una manifestación de la postura del expositor. Por último, el corpus se transcribió también en formato CHAT (Programas CLAN; MacWhinney, 2000).

Una vez cuantificados los datos de las diferentes categorías analizadas, se normalizaron sus frecuencias a ocurrencias por 1.000 palabras (pmp) para facilitar la comparación entre los dos corpus. También se aplicó un test estadístico Chi-cuadrado para determinar si las diferencias observadas eran o no significativas (se estableció el nivel de significancia en $<0,05$).

6. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En esta sección se presentan los resultados del análisis metadiscursivo de la categoría de marcadores de actitud del corpus HH y ELE. En primer lugar, se exponen los datos relativos

a su presencia en los corpus y después se recogen las categorías léxico-gramaticales que adoptan. Por último, se comparten ejemplos extraídos de los corpus para ilustrar su función retórica.

6.1. Presencia de marcadores de actitud en el corpus

Los resultados del estudio empírico confirman que en los dos corpus analizados se hace uso de marcadores de actitud. Como se observa en la Tabla 2, con respecto a la totalidad del corpus, en el grupo HH se emplea en 175 ítems (23,10 pmp/ 2,31%) y en el grupo ELE se manifiesta en 127 ítems (14,11 pmp/ 1,52%). Por lo tanto, el uso de marcadores de actitud está más presente en la producción de hablantes de herencia.

Categoría	Corpus HH (n=6)	Corpus ELE (n=9)
n° total palabras corpus	7574	8363
Frecuencia ítems	175	127
Frecuencia ítems pmp	23,10	15,18
Media	29,17	14,11
Desviación estándar	10,21	7,42

Tabla 2. Distribución global de marcadores de actitud

En la Figura 1, se presenta la distribución de los marcadores de actitud mediante porcentajes para facilitar el contraste. Se observa que los marcadores de actitud se emplean más en el corpus HH con un 2,31% que en el ELE con un 1,52%.

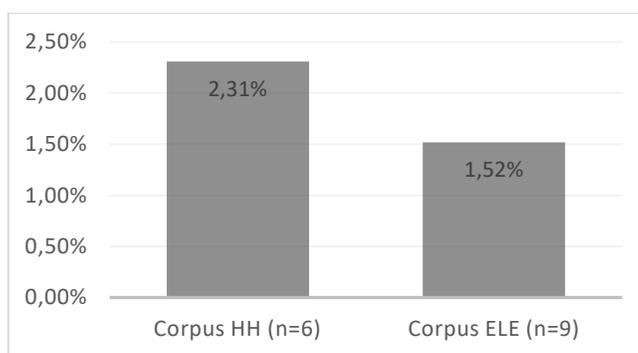


Figura 1. Porcentaje de marcadores de actitud

Además de los datos presentados, se ha aplicado un test estadístico de Chi-cuadrado que confirma que las diferencias existentes entre los valores observados en el uso de marcadores de actitud son estadísticamente significativas, $\chi^2 (1, N = 15) = 12.90, p = .0003$.

Los resultados obtenidos revelan que en los dos corpus del género PAO analizados se emplean marcadores de actitud, aunque en el corpus HH su presencia es mayor y la diferencia es significativa con respecto al corpus ELE. Estos datos contrastan con los obtenidos con artículos de investigación por Hyland (2005b) en los que los marcadores de actitud eran el segundo recurso más empleado con 6,4 ítems pmp y por Mur Dueñas (2010) con una frecuencia de 8,1 pmp en inglés y 7,7 pmp en español. Los datos de Azar y Hashim

(2019) con 7,66 pmp en su corpus de reseñas de artículos concuerdan más con estos resultados.

En los corpus PAO su frecuencia es superior con 23,10 pmp HH y 14,11 pmp ELE. En cierta manera, este dato confirma las conclusiones a las que llega Biber (2006) al afirmar que el discurso oral en contexto académico está más cargado con postura. Cabe destacar que los datos obtenidos están en la línea de las investigaciones sobre el discurso oral público (Sukma 2017, Tashi y Suksawas 2018) en las que los marcadores de actitud constituyen la categoría con la frecuencia de ocurrencias más alta. Sin embargo, contrasta también con los resultados de Mameghani & Ebrahimi (2017) en PAO que indican que los marcadores actitudinales tienen una ocurrencia de 4,77 pmp.

6.2. Patrón metadiscursivo de la expresión de la actitud

Del análisis del corpus, además del alcance de la manifestación de los marcadores de actitud, también se desprende el tipo de recursos usados. En esta sección se profundiza en el metadiscurso para expresar la actitud a través del tipo de palabras empleado, ejemplos de su realización extraídos de los corpus y las funciones retóricas que desempeñan.

Los marcadores de actitud adquieren la forma de verbos, sustantivos, adjetivos y adverbios. En la Tabla 3 se comparte la distribución de los marcadores identificados según la forma lingüística que adoptan en el corpus.

Categoría léxico-gramatical	Corpus HH			Corpus ELE		
	Total	pmp	%	Total	pmp	%
Verbos	32	4,22	0,42	20	2,39	0,24
Sustantivos	42	5,55	0,55	21	2,51	0,25
Adjetivos	81	10,69	1,07	84	10,04	1,00
Adverbios	20	2,64	0,26	2	0,24	0,02

Tabla 3. Frecuencia y porcentaje de las subcategorías de los marcadores de actitud

La Figura 2 recoge estos resultados en forma de porcentajes para mostrar el contraste entre ambos corpus.

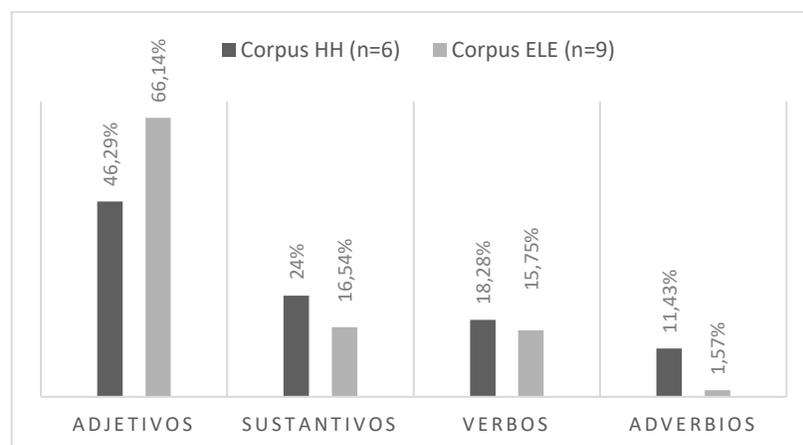


Figura 2. Contraste de la distribución de las formas de los marcadores de actitud

En ambos corpus se presenta un patrón metadiscursivo similar en cuanto a la frecuencia de uso de cada una de las categorías. Los adjetivos son la forma lingüística más empleada para manifestar actitud (46,29% HH y 66,14% ELE), seguidos de sustantivos (24% HH y 16,54% ELE), verbos (18,28% HH y 15,75% ELE) y, por último, adverbios (11,43% HH y 1,57% ELE).

Estos resultados coinciden con otras investigaciones en cuanto a que los adjetivos son el tipo de palabra más frecuente, pero parcialmente respecto al patrón que presentan el resto de las categorías. En el análisis de Mur Dueñas (2010) con artículos de investigación en español también los adjetivos actitudinales fueron la forma más frecuente (67 ítems/64,4%), seguida de los sustantivos (19,7%), mientras que los adverbios se situaron en tercer lugar (7,8%) y los verbos ocuparon el último puesto (5,1%). El estudio de Azar y Hashim (2019) con reseñas de artículos revela también la mayor presencia de adjetivos actitudinales (69%) seguidos de adverbios, sustantivos y verbos. Aunque la investigación de Mameghani y Ebrahimi (2017) con PAO solo considera las categorías de adjetivos y adverbios, de nuevo son los adjetivos (90%) los que superan la presencia de adverbios (10%). Todos estos datos ponen de relieve que son los adjetivos la categoría léxico-gramatical con la que los autores marcan su actitud en el discurso.

6.3. Ejemplos de la realización lingüística de los marcadores de actitud

En esta sección se recogen ejemplos de las formas lingüísticas identificadas en la sección anterior, con las que se manifiestan los marcadores de actitud.

6.3.1 Adjetivos

En la Tabla 4 se comparten algunos fragmentos para ilustrar el contexto en el que se identificaron ejemplos de adjetivos evaluativos:

Corpus HH	Corpus ELE
Adjetivos	
(1) y a través de cruzar la frontera solamente fue vagabundo, periodista, no podía ser todo porque esto es <i>incongruente</i> con lo que el Proyecto anti-inmigrante estadounidense toca que los inmigrantes sean [...]	(7) y vivir en Nueva York no fue <i>fácil</i> para los migrantes puertorriqueños.
(2) convertir en ser un laborador, alguien trabajando, un obrero, un bracero, algo <i>sub-humano</i> .	(8) pero también es <i>interesante</i> porque esto es súper <i>irónico</i> porque los mujeres que van a la clínica quieren tener un aspecto más como muy <i>northern lady</i> .
(3) Es muy <i>interesante</i> que los hispanos particularmente sientan esta extranjería.	(9) y eso es un ejemplo del razón porque hay estereotipos súper <i>fuertes</i> en las mujeres Latinas.
(4) y también esto es muy <i>relevante</i> a lo que estábamos diciendo hace un rato que el inmigrante es <i>limitado</i> en su identidad.	(10) eso es <i>importante</i> en el contexto de los inmigrantes porque los inmigrantes muchas veces pueden ser <i>vulnerables</i> y pueden llevar esa máscara para ser <i>invencibles</i> en vez de ser <i>vulnerables</i> .
(5) y en esta insuperabilidad de diferencias culturales que a la vez hacen más <i>difícil</i> que estas minoridades compartan las injusticias en contra de ellos.	(11) Pienso que esta cita es muy <i>rara</i> pero también su palabras son muy <i>fuertes</i> y demuestran la dedicación a la causa y la lucha.
(6) está otra vez marcado por violencia hacia los inmigrantes y a las mujeres en que son las más <i>indefensas</i> .	(12) a causa del simbolismo de la urna como una representación de la muerte me hizo pensar de era un comentario en el peligro y el peligro <i>fatal</i> de nuestras fantasías raciales en una cultura dominante.

Tabla 4. Ejemplos de uso de adjetivos en corpus HH y ELE

Los adjetivos que más ocurrencias presentan en ambos corpus son *importante* (32) e *interesante* (13), como en los fragmentos 3 y 10. Se puede observar en todos los ejemplos que, a través del uso de los adjetivos, se expresan los sentimientos y actitudes afectivas de

los estudiantes hacia el contenido que presentan, como en 6 al calificar a las mujeres de indefensas y en 11 cuando el expositor manifiesta su postura sobre la cita que comparte. Una razón de este resultado es que los estudiantes se sientan muy vinculados al tema de su presentación, especialmente el grupo de hablantes de herencia.

Esta función retórica en las PAO, que justifica el tipo de adjetivos identificados, parece que se aleja del papel que cumplen los adjetivos en los artículos de investigación y reseñas (Mur Dueñas, 2010; Hyland y Jiang 2016; Azar y Hashim, 2019), en los que se emplean, por ejemplo, para realizar una evaluación de las propuestas y teorías de otros investigadores, para manifestar juicio sobre datos y resultados propios o ajenos, para comentar limitaciones o vacíos existentes en una disciplina. Hyland y Jiang (2016) mencionan que *important* es el más empleado y se hace uso de *expected/interesting* en alusión a datos o resultados presentados. También obtienen similares resultados Azar y Hashim (2019) con *important* como el más empleado y adjetivos positivos para hablar de la importancia del contenido (*major, crucial, significant*) o para realizar una evaluación (*adequate, obvious*). Los más usados en su investigación fueron: *important, appropriate, complex, critical, better, significant, major, best, useful* y *main*. Los identificados por Mur Dueñas (2010) en español están en la misma línea y los más recurrentes fueron: *importante, principal, relevante, gran, necesario, bueno, adecuado, válido* y *escaso*.

Los resultados obtenidos por otras investigaciones dentro del discurso oral también presentan características compartidas. Mameghani y Ebrahimi (2017) y Mazidah *et al.* (2019) identifican también como más frecuentes los adjetivos *interesting* e *important* en presentaciones orales, aunque no comparten datos sobre otros adjetivos empleados. Resulta interesante que las conclusiones de ambos trabajos coincidan en que los estudiantes no hacen un uso destacado de este recurso y, en consecuencia, no manifiestan su actitud de manera tan explícita hacia el contenido de sus presentaciones. La hipótesis planteada, en concreto, por Mameghani y Ebrahimi es que es posible que los estudiantes, al no dominar el tema, no se sientan cómodos a la hora de usar marcadores de actitud y produzcan presentaciones menos marcadas.

Sin embargo, los resultados obtenidos en el presente estudio permiten que se establezcan conexiones con los resultados de Sukma (2017) que identifica adjetivos actitudinales como *difficult* en "it was more difficult to save, more difficult to retire" y otros, con los que Obama logra expresar de forma efectiva afecto y emoción en sus discursos para establecer un vínculo emocional con sus votantes.

6.3.2 Sustantivos

A continuación, en la Tabla 5 se recogen algunos fragmentos con ejemplos de sustantivos evaluativos en los corpus:

Corpus HH	Corpus ELE
Sustantivos	
(1) la <i>humanización</i> de la experiencia en ambos lados de la frontera.	(5) y enfoca la experiencia de los militantes en Nueva York y las dificultades de ellos, la discriminación contra ellos
(2) El <i>problema</i> es que muchos latinos, aunque esos que sean ciudadanos, no están viviendo la experiencia de un ciudadano americano porque no son vistos como americanos.	(6) vemos en Vega y también en todos los inmigrantes que hay un desafío de ser un ciudadano en los Estados Unidos durante este tiempo
(3) <i>So esta esta contradicción</i> de qué debe ser la mujer [...]	(7) Y también esta doble conciencia es muy importante (...) porque combina la conciencia del inmigrante y del ciudadano al mismo tiempo, , no solo demuestra las complejidades de la historia sociopolítica con los Estados Unidos [...]

(4) Y ahora en este mundo ser bilingüe se ve como *ventaja*, entonces, hay muchas personas, no solo hispanos pero de todos nacionalidades que están aprendiendo español para esta *ventaja*.

(8) El **problema** con eso es que Junot Díaz piensa que alguien tiene que ser vulnerable para ser víctima y para entender a otras personas.

Tabla 5. Ejemplos de uso de sustantivos en corpus HH y ELE

En el corpus se observan diferentes tipos de sustantivos, pero el que se usa de forma más repetida es *problema* (6 ítems). Los sustantivos identificados permiten a los estudiantes mostrar su actitud positiva (1, 4) o negativa (2, 3, 5, 6, 7) hacia el contenido sobre el que presentan y están muy conectados con temas del curso sobre la diáspora latinoamericana en Estados Unidos.

La función retórica identificada en el corpus PAO analizado difiere de la que caracteriza otros géneros académicos. Mur Dueñas (2010) en español identifica como sustantivos actitudinales más recurrentes *importancia* (18) y *limitación* (12), seguidos en orden de frecuencia por *problema* (8), *fiabilidad* (7) y *aportación* (5). La función de estos sustantivos en artículos de investigación es la de evaluar la propia investigación del autor o el contexto del estudio con la finalidad de tener credibilidad ante sus colegas al reconocer sus avances o limitaciones. Azar y Hashim (2019) también identifican sustantivos actitudinales que permiten realizar una evaluación efectiva en una reseña de artículos de investigación y los más frecuentes fueron *issue, need, support, problem, value, importance, insight, lack, difficulty y constraint*.

En las investigaciones con géneros orales mencionados previamente, como discursos y presentaciones orales, no se recogen datos sobre los sustantivos por lo que no se pueden contrastar con los resultados obtenidos.

6.3.3 Verbos

En este apartado dedicado a los verbos se muestran fragmentos (Tabla 6) con ejemplos de verbos evaluativos identificados en los corpus:

Corpus HH	Corpus ELE
Verbos	
(1) A ver, acá son algunas estrategias que <i>me parecieron</i> más salientes.	(7) yo les recomiendo estos dos libros porque a mí <i>me gustaron</i> muchísimo, mucho más que <i>Drown</i> .
(2) Entonces para pensar en dónde quedan los latinos, los hispanos, <i>es importante pensar</i> en los cinco grupos étnicos	(8) El primero cosa que <i>me llama la atención</i> es el nombre de la clínica, la clínica se llama <i>Northern Ladies</i>
(3) esa idea de doble ciudadanía <i>se tiene que vivir</i> políticamente y es una experiencia cultural.	(9) También <i>tenemos que dar agencia</i> de la creación de masculinidad a los hombres [...]
(4) Entonces, es por eso que <i>no es suficiente luchar</i> por ciudadanía política, pero luchar en hacerse miembros de esa sociedad y ciudadanos en todos los aspectos de la palabra.	(10) También en sus propias palabras Guillermo piensa que su arte es una forma de democracia radical y <i>me gusta</i> esta cita es más larga
(5) yo <i>siento</i> que va a ser más lento por varias razones.	(11) me hizo pensar de nuevo en las prácticas acerca de la frontera y <i>me hizo sentir</i> más perturbada.
(6) Entonces <i>no es completamente necesario</i> poder ser, poder hablar inglés perfectamente.	(12) <i>me interesa</i> mucho porque estos solo son lugares con poblaciones.

Tabla 6. Ejemplos de uso de verbos en corpus HH y ELE

Los estudiantes para marcar su actitud recurren a verbos actitudinales como (*hacer sentir, llamar la atención, gustar, interesar, parecer + adjetivo* (1, 5, 7, 8, 10, 11, 12). También se manifiesta la actitud haciendo uso de la modalidad deóntica representada por el verbo *deber* y expresiones equivalentes como *tener que* (3, 9), *es necesario* (6), *es importante* (2). Con el uso de estas formas los estudiantes no solo comparten su postura

de forma explícita, sino que al hacerlo a través de la modalidad deóntica transmiten la idea de que existe una obligación colectiva de actuar en un determinado sentido.

Los resultados en los estudios con artículos de investigación reflejan una función diferente, ya que se busca evaluar acciones relacionadas con el ámbito académico. Biber (2006) identifica estructuras similares en inglés para los verbos de actitud como *expect*, *hope*, *worry*. Azar y Hashim (2019), aunque los verbos actitudinales fueron los menos frecuentes en su corpus, entre los más empleados se encontraron: *contribute*, *extend*, *fail*, *expect*, *prefer*, *think*, *believe*, *ensure*, *support* y *feel*. En español, Beke (2005) concluye que los autores para marcar su actitud recurren al verbo *deber* y expresiones afines y el corpus de Mur Dueñas (2010) revela que su presencia es escasa e identifica los siguientes ejemplos: *convenir*, *aportar*, *garantizar*, *contribuir*, *limitar*.

Los resultados en las investigaciones sobre PAO, en concreto la de Mazidah *et al.* (2019), se limitan a dos casos de verbos en la modalidad deóntica (*look*, *we can look*) con los que se dan instrucciones a la audiencia (mirar una diapositiva) para gestionar la presentación. Estos datos difieren de los obtenidos en nuestro trabajo.

Por el contrario, se observan más paralelismos con la investigación de Sukma (2017) sobre el discurso de Obama. En este estudio los marcadores de actitud se componen de verbos deónticos como *need to* como en el fragmento "That`s what we need to change" con el que Obama recuerda a la audiencia la obligación colectiva de cambiar el comportamiento negativo de algunos políticos. La función que desempeñan los verbos actitudinales es coincidente aquí con la observada en el corpus PAO.

6.3.4 Adverbios

En esta sección se recogen los adverbios evaluativos empleados en los corpus para facilitar su contraste. En la Tabla 7 se incluyen algunos ejemplos:

Corpus HH	Corpus ELE
Adverbios	
(1) este borrador sistemáticamente destruyó su realidad hacia sí mismo	(4) Y ahora la pérdida intencional que podemos ver en <i>Pollito Chicken</i> con Suzie que tiene una vergüenza de su identidad como hispana, como puertorriqueña y no solamente de su cultura pero también su cuerpo.
(2) la idea de American es reservada solamente para el estadounidense o para el, este, el anglo que viene de Inglaterra, ¿no?	(5) Y también estos inmigrantes participaron activamente en las políticas locales de Nueva York y también las políticas de Puerto Rico.
(3) aunque muchos no quieren incluir a Brasil, y a veces hay los brasileños que no se incluyen y está bien.	

Tabla 7. Ejemplos de uso de adverbios en corpus HH y ELE

Los adverbios identificados permiten a los estudiantes manifestar su actitud sobre el contenido de su presentación (1, 2, 4, 5) y también mostrar su acuerdo (ejemplo 3). En los trabajos con artículos de investigación los autores se sirven de los adverbios, por ejemplo, para valorar de forma positiva o negativa aspectos de su investigación o de otros. Biber (2006) encuentra adverbios de actitud como *amazingly*, *importantly*, *surprisingly*. Por su parte, Azar y Hashim (2019) identifican adverbios como *only*, *necessarily*, *significantly*, *etc.*, con los que se enfatizan y evalúan otras publicaciones.

En español, Mur Dueñas (2010) encuentra que los adverbios no son nada frecuentes en su corpus y se limitan a las formas *solo*, *solamente* y *únicamente*. Por último, en el discurso político (Sukma 2017) con adverbios como *frankly*, lo que se busca sobre todo es

impactar a los votantes. Por lo tanto, nos encontramos con una función retórica diferente de la que caracteriza el corpus analizado de PAO.

7. CONCLUSIONES

A lo largo de este artículo se ha analizado el papel que desempeñan los marcadores de actitud en un corpus PAO producido por aprendices de español, hablantes de herencia y ELE, con el fin de contribuir a su caracterización.

Los resultados obtenidos nos permiten dar respuesta a las preguntas de investigación formuladas. Se identifica metadiscurso de actitud en los dos corpus, sin embargo, existe una diferencia significativa en su frecuencia, que resulta superior en el corpus de herencia. Esta diferencia puede deberse a una mayor identificación de los hablantes de herencia con los temas de las presentaciones del curso sobre la diáspora latinoamericana en Estados Unidos, puesto que conectan de manera más directa con su experiencia personal. El conocimiento experiencial de los hablantes de herencia sobre el contenido es posible que influya en cómo se manifiestan y, a su vez, se traduzca en un número mayor de marcadores de actitud. Por lo tanto, el dominio del tema da lugar a presentaciones más marcadas en cuanto a la actitud en el grupo de herencia al tratarse de contenido con el que se implican.

Los datos también revelan que ambos grupos presentan un patrón metadiscursivo similar en la distribución de las categorías léxico-gramaticales empleadas (adjetivos, sustantivos, verbos y adverbios) que coinciden, en mayor o menor medida, con investigaciones previas con artículos de investigación, discursos orales públicos y presentaciones orales.

En cuanto a las funciones retóricas identificadas, estas son compartidas por los dos grupos PAO. En términos generales, se puede afirmar que los estudiantes expresan sin ningún tipo de limitación su postura hacia el contenido de su presentación. Resulta interesante que estos resultados estén más próximos a los obtenidos en estudios con discursos públicos que a las conclusiones que se desprenden de investigaciones previas con PAO. Sin duda, las presentaciones analizadas se caracterizan por ser producciones personales y con identidad propia, al estar el material que se presenta sometido a la evaluación constante de los estudiantes.

Las limitaciones de esta investigación vienen motivadas por el tamaño reducido del corpus. Sin embargo, los resultados apuntan a que podría ser interesante estudiar con atención la carga emocional que expresan los marcadores de actitud en conexión con el contenido de las presentaciones. Esto quizás explicaría si la motivación o vinculación a un tema influye en el tipo de marcadores de actitud empleados.

Como conclusión, este estudio constituye una primera aproximación a la descripción del funcionamiento metadiscursivo de la actitud en las PAO y sería interesante que se ampliara en investigaciones futuras a través del análisis de las otras categorías que integran el metadiscurso sobre un corpus más extenso.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Ainciburu, M.C., 2012. Recursos para estudiar el español académico a partir de corpus. *Revista Nebrija de Lingüística Aplicada a la Enseñanza de Lenguas*, (12), pp. 209-215.

- Ainciburu, M.C., 2012/2013. Corpus BANKIT. Presentación de Bancos y productos financieros. *Líneas de investigación y muestras de Comunicación Académica* 2. <http://www.comunicacionacademica.com>.
- Ainciburu, M.C., 2018. El estudio de los géneros académicos en la producción textual en ELE. *Journal of Spanish Language Teaching*, 5(2), pp.139-151.
- Ainciburu, M.C. and Villar, C.M., 2013. Coocurrencia de rasgos lingüísticos en la caracterización de la presentación académica oral EFE. In *Revista Nebrija de Lingüística Aplicada. Número especial-Actas de Congreso* (Vol. 13, pp. 30-44).
- Anthony, L., 2014. AntConc (Version 3.4.4) [Software]. Tokyo: Waseda University. <http://www.laurenceanthony.net>.
- Azar, A.S. and Hashim, A., 2019. The Impact of Attitude Markers on Enhancing Evaluation in the Review Article Genre. *GEMA Online® Journal of Language Studies*, 19(1).
- Beke, R., 2005. El metadiscurso interpersonal en artículos de investigación. *Revista signos*, 38(57), pp.7-18.
- Biber, D., 2006. Stance in spoken and written university registers. *Journal of English for Academic Purposes*, 5(2), pp.97-116.
- Dafouz-Milne, E., 2008. The pragmatic role of textual and interpersonal metadiscourse markers in the construction and attainment of persuasion: A cross-linguistic study of newspaper discourse. *Journal of pragmatics*, 40(1), pp.95-113.
- Gómez García, E., 2020. "Relevancia académica de la presentación oral en contextos multiculturales: análisis contrastivo de la interacción en el discurso oral formal de hablantes de herencia de español y estudiantes de ELE estadounidenses" en Licerias, J., Planelles, M. y Foucart, A. (eds.) *Perspectivas actuales en la enseñanza y el aprendizaje de lenguas en contextos multiculturales*. Cizur Menor: Civitas Aranzadi Thomson Reuters, pp.263-297.
- Hyland, K., 2005a. Metadiscourse. London. *Continuum*, 127.
- Hyland, K., 2005b. Stance and engagement: A model of interaction in academic discourse. *Discourse studies*, 7(2), pp.173-192.
- Hyland, K., 2009. Corpus informed discourse analysis: The case of academic engagement. *Academic writing: At the interface of corpus and discourse*, 110, p.128.
- Hyland, K. and Jiang, F., 2016. Change of attitude? A diachronic study of stance. *Written Communication*, 33(3), pp.251-274.
- Kahkesh, M. and Alipour, M., 2017. A comparative study of metadiscourse markers in English and Persian university lectures. *Research in Applied Linguistics*, 8(Proceedings of the Fourth International Conference on Language, Discourse and Pragmatics), pp.125-135.
- Lee, J.J. and Subtirelu, N.C., 2015. Metadiscourse in the classroom: A comparative analysis of EAP lessons and university lectures. *English for Specific Purposes*, 37, pp.52-62.
- MacWhinney, B., 2000. *The CHILDES Project: Tools for Analyzing Talk*. 3rd Edition. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Magnuczné Godó, Á., 2012. Are you with me? A metadiscursive analysis of interactive strategies in college students' course presentations. *International Journal of English Studies*, 12(1), pp. 55-78.
- Mameghani, A.A. and Ebrahimi, S.F., 2017. Realization of Attitude and Engagement Markers in Students' Presentations. *International Journal of Applied Linguistics and English Literature*, 6(2), pp.73-77.
- Martin, J., and White, P., 2005. *The Language of Evaluation: Appraisal in English*. London: Palgrave Macmillan.
- Mazidah, E.N., Ni'mah, F. and Ainiyah, M., 2019. Interactional Metadiscourse in Academic Presentation by Students of Fourth Semester of Universitas Qomaruddin. *Edulitics (Education, Literature, and Linguistics) Journal*, 4(2), pp.54-65.
- Mur Dueñas, P., 2010. Attitude markers in business management research articles: A cross-cultural corpus-driven approach. *International Journal of Applied Linguistics*, 20(1), pp.50-72.
- Sukma, B.P., 2017. Interpersonal Metadiscourse Markers as Persuasive Strategies in Barack Obama's 2012 Campaign Speeches. *Aksara*, 29(2), pp.283-292.

- Swales, J.M. and Burke, A., 2003. "It's really fascinating work": differences in evaluative adjectives across academic registers. In *Corpus Analysis* (pp. 1-18). Brill Rodopi.
- Tashi, T. and Suksawas, W., 2018. An analysis of interactional metadiscourse in public speaking: A case study in English speeches of the Prime Minister of Bhutan. *International Journal of Engineering and Technology (UAE)*, 7(4.38), pp.975-979.
- Vergara Padilla, M.Á., 2017. *La influencia de las tipologías textuales en la fluidez. Las presentaciones académicas orales de aprendientes estadounidenses de ELE* (Tesis doctoral, Universidad Antonio de Nebrija).
- Vergara Padilla, M.Á. and Mavrou, I., 2019. Análisis macroestructural de presentaciones académicas orales en español L2. *Oralia: Análisis del discurso oral*, 22(1), pp.161-182.
- Villar, C.M., 2011. Las presentaciones académicas orales de los estudiantes alemanes de E/LE. *Revista Nebrija de Lingüística aplicada a la enseñanza de Lenguas*, (10), pp.130-172.
- Villar, C.M., 2011/2013. Corpus PRESAC. PRESentaciones Académicas de fin de curso. Líneas de investigación y muestras de Comunicación Académica 3. <http://www.comunicacionacademica.com/PAOs.html>
- Villar, C.M., 2014. *Las presentaciones académicas orales en E/LE de estudiantes alemanes*. Frankfurt: Peter Lang.