

# EL POSICIONAMIENTO ESTRATÉGICO DEL AUTOR EN ARTÍCULOS DE INVESTIGACIÓN: UNA PROPUESTA PARA SU ESTUDIO \*

*Paulina Meza*\*\*

Universidad de La Serena, Chile

## Resumen

El Artículo de Investigación se define, frecuentemente, como un texto especializado en el que se comunican los resultados de una investigación. Esta concepción es, a nuestro parecer, neutra e ingenua, pues no da cuenta del hecho de que escribir y publicar un Artículo de Investigación es siempre una acción estratégico–persuasiva: no basta con señalar ciertos resultados, sino que también es fundamental persuadir a la audiencia de su relevancia en el contexto del conocimiento ya establecido, y de que son resultados que merecen ser considerados. Sobre la base de un trabajo de corte teórico, bibliográfico y reflexivo, nuestro objetivo es proponer una alternativa para el estudio del Artículo de Investigación, basada en nuestra concepción del fenómeno. Como principal resultado, proponemos la noción de *posicionamiento estratégico del autor* como una opción más acabada y exhaustiva para explicar los aspectos sociales y discursivos que subyacen a la transmisión del conocimiento.

**Palabras clave:** *análisis del discurso científico; alfabetización científica; Artículo de Investigación Científica; posicionamiento estratégico del autor; fuentes del conocimiento.*

## Cómo citar este artículo:

Meza, P. (2016). El posicionamiento estratégico del autor en Artículos de Investigación: una propuesta para su estudio. *Forma y Función*, 29(2), 111-134.

Artículo de reflexión: Recibido: 17-02-2016, aceptado: 16-05-2016

- 
- \* La investigación se enmarca en el Proyecto FONDECYT de Postdoctorado N° 3150056, titulado «El posicionamiento estratégico del autor en la comunicación del conocimiento científico: formas y funciones discursivas de la información propia y ajena en artículos de investigación». Este proyecto fue adjudicado por FONDECYT (Fondo Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico) y se encuentra afiliado a la Universidad de La Serena, Chile. Su fecha de ejecución es entre octubre de 2015 y octubre de 2017.
- \*\* Doctora en Lingüística por la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chile. Postdoctorado (adjudicado por FONDECYT) en desarrollo. Investigadora postdoctoral y Docente de la Universidad de La Serena, Chile. pmeza@userena.cl

## AUTHOR STRATEGIC POSITIONING IN RESEARCH PAPERS: A PROPOSAL TO STUDY IT

### Abstract

A Research Paper is often defined as a specialized text where research results are published. This seems to be a neutral and naïve view, as it does not take into account that the fact of writing and publishing a Research Paper is always a strategic persuasive action. It is not enough to present some results; it is also essential to persuade the audience about their relevance in the context of well-established knowledge as well as in relation to their value. Based on a theoretical, bibliographic, and reflective approach, an alternative is proposed to study the Research Paper. As a main result, the notion of *author strategic positioning* is introduced in order to account fully and exhaustively for social and discursive aspects underlying knowledge transmission.

**Keywords:** *analysis of scientific discourse; scientific literacy; Scientific Research Paper; author strategic positioning; knowledge sources.*

## O POSICIONAMENTO ESTRATÉGICO DO AUTOR EM ARTIGOS DE PESQUISA: UMA PROPOSTA PARA SEU ESTUDO

### Resumo

O Artigo de Pesquisa se define, frequentemente, como um texto especializado no qual se comunicam os resultados de uma pesquisa. Essa concepção é, ao nosso ver, neutra e ingênuo, pois não conta dá conta do fato de que escrever e publicar um Artigo de Pesquisa é sempre uma ação estratégico-persuasiva: não basta indicar certos resultados, mas sim é fundamental persuadir a audiência de sua relevância no contexto do conhecimento já estabelecido, e de que são resultados que merecem ser considerados. Sobre a base de um trabalho de corte teórico, bibliográfico e reflexivo, nosso objetivo é propor uma alternativa para o estudo do Artigo de Pesquisa, baseada em nossa concepção do fenômeno. Como principal resultado, propomos a noção de *posicionamento estratégico do autor* como uma opção mais acabada e exaustiva para explicar os aspectos sociais e discursivos que subjazem à transmissão do conhecimento.

**Palavras-chave:** *alfabetização científica; análise do discurso científico; Artigo de Pesquisa científica; fontes do conhecimento; posicionamento estratégico do autor.*

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo se enmarca en el análisis del discurso científico, más específicamente, del *Artículo de Investigación científica* (en adelante, AIC). Este género ostenta el título de ser uno de los más estudiados dentro de las diversas comunidades discursivas, debido a su impacto en la transmisión del conocimiento especializado, en beneficio del avance de la ciencia. Por ello, ha ocupado la atención de numerosos investigadores que, en los últimos años, se han interesado en su descripción a nivel discursivo (Samraj, 2002; Venegas, 2005; Ozturk, 2007; Jian, 2010; Salas, 2011, 2015; Sabaj, 2012, entre otros). Tal es la importancia de este género en la industria del conocimiento, que se ha llegado a afirmar que la divulgación de la ciencia a través de AIC ha dejado de ser una opción y se ha transformado, más bien, en una necesidad o una obligación. Esto se debe a que las publicaciones indexadas juegan un rol esencial en la asignación de fondos concursables y en los sistemas de acreditación de las diversas instituciones de educación superior (Sabaj, 2009).

En términos generales, el AIC se ha definido como un texto escrito, habitualmente publicado en una revista especializada, cuya finalidad es informar a la comunidad científica sobre los resultados de un trabajo de investigación, según las convenciones de cada disciplina (Venegas, 2006). Además, se ha señalado que se trata de un instrumento neutro y transparente, que debe estar despojado de todo tipo de expresividad y marcas personales (Sánchez, 2011). En consecuencia, los rasgos léxico-gramaticales del AIC se caracterizarían por ocultar la presencia del autor (Müller, 2007).

Desde nuestro punto de vista, estas caracterizaciones, además de ser bastante neutras, resultan un tanto ingenuas, pues no dan cuenta del hecho de que el acto de escribir y publicar un AIC es siempre una acción estratégico-persuasiva: no basta con señalar ciertos resultados, sino que también es fundamental persuadir a la audiencia, por una parte, de la relevancia de estos en el contexto del conocimiento ya establecido en un campo; y, por otra, de que son resultados pertinentes que merecen ser leídos y considerados por la comunidad a la que están dirigidos. En esta misma línea, la publicación y aceptación de un AIC puede significar el ingreso a una comunidad académica específica, por lo que el carácter estratégico-persuasivo del Artículo de Investigación resulta fundamental.

Si bien son numerosos los investigadores que se han ocupado del AIC, los enfoques y aproximaciones más importantes para su estudio no profundizan en esta dimensión persuasiva que utiliza el autor de Artículos de Investigación para, no solo informar ciertos resultados, sino también atraer la atención de su audiencia. En este marco, nuestro objetivo es presentar una propuesta alternativa para el estudio del AIC, que

permita indagar en aquellos aspectos señalados anteriormente, como la presencia del autor o las estrategias de persuasión, que otros enfoques no consideran, o lo hacen parcialmente. Como resultado, proponemos la noción de *posicionamiento estratégico del autor* como una alternativa para explicar los aspectos sociales y discursivos que subyacen a la divulgación del conocimiento científico.

Construimos la propuesta sobre la base de nuestra concepción teórica del fenómeno, y enfatizamos la importancia de considerar los aspectos sociodiscursivos del género en cuestión. Para sustentar nuestra propuesta, realizamos una revisión bibliográfica de algunos marcos conceptuales centrales. Sobre la base de ello, presentamos, luego, nuestra aproximación al estudio del Artículo de Investigación para, finalmente, cerrar con las conclusiones del trabajo.

### EL ARTÍCULO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

En términos generales, se ha señalado que los textos científicos son parte de una tradición discursiva caracterizada por la distancia comunicativa (Oesterreicher, 2002). En esta misma línea, se ha afirmado que el discurso científico, por su carácter neutro y transparente, debe estar libre de afectaciones literarias y, además, debe estar desprovisto de expresividad y marcas personales (Sánchez, 2011). A esta idea de escritura científica, según Sánchez (2011), subyace la concepción de que la ciencia es objetiva e impersonal. Desde esta perspectiva, «el lenguaje, para la ciencia, no es más que un instrumento que interesa que se vuelva lo más transparente, lo más neutro posible, al servicio de la materia científica» (Barthes, 1994, p. 14). Como podemos advertir, para los autores mencionados, la concepción de discurso científico es bastante ingenua y desprovista de cualquier rasgo de persuasión.

En esta misma línea, los distintos géneros asociados al discurso científico presentarían «un alto grado de elaboración textual manifestada en el uso de una sintaxis compleja y en la presencia de rasgos gramaticales que intentan ocultar la presencia del autor y poner en un primer plano el hecho científico» (Müller, 2007, p. 358). Más específicamente, el AIC, según Venegas (2006, p. 76), es concebido por diversos autores revisados por él «como el texto escrito, publicado en una revista especializada, que tiene como finalidad informar a la comunidad científica los resultados de un trabajo de investigación realizado mediante la aplicación del método científico».

A nuestro juicio, estas definiciones y caracterizaciones generales resultan insuficientes e imprecisas, puesto que no permiten dar cuenta de que escribir y publicar un AIC es siempre un acto estratégico y persuasivo, vale decir, no resulta suficiente

la presentación de ciertos resultados o hallazgos, sino que también es fundamental persuadir a la audiencia del aporte que ellos constituyen para un área específica del conocimiento. Esta idea es avalada por diversos autores, toda vez que señalan, por ejemplo, que a través de sus escritos, los autores recurren a diversas estrategias retórico–discursivas para persuadir a sus lectores. Así, en el contexto académico, la comunicación efectiva implica no solo proporcionar información de manera clara y objetiva, sino también influir de alguna manera en los lectores (Beke, 2005). Swales (2004), en este orden de ideas, señala que los Artículos de Investigación son más ricos en persuasión que en exposición.

### TRES PERSPECTIVAS PARA EL ESTUDIO DEL AIC

Dada la importancia que ha tenido el Artículo de Investigación desde un punto de vista discursivo, son múltiples los enfoques que se han desarrollado para abordarlo. En este punto, realizamos la revisión sucinta de cuatro de ellos, relacionados directamente con nuestro propósito investigativo, a saber: 1) análisis de género, 2) posicionamiento y metadiscursos, 3) análisis de las formas textuales de las citas, y 4) análisis de las funciones de las citas. Dejamos fuera otros enfoques como la descripción de rasgos lingüísticos o el análisis de la terminología y el vocabulario en este tipo de textos, ya que son aspectos que no tienen relación directa con la noción que en esta investigación proponemos.

#### El análisis de género

El análisis de género (en adelante, AG) constituye un medio, un modelo y, a la vez, un enfoque centrado en el estudio de discursos orales y escritos, cuyo marco teórico y diversa variedad de herramientas metodológicas se pueden aplicar a múltiples situaciones de uso del lenguaje (Swales, 1990; Dudley-Evans, 2000; Bhatia, 2002, 2004). En este marco, Swales (1990) propone, inicialmente, la identificación y análisis de la organización retórica de la sección *introducción* del Artículo de Investigación, considerando la movida como unidad retórico–funcional de base para efectuar el análisis de los textos, movida que, a su vez, está conformada por pasos. Así, cada movida está asociada a un propósito comunicativo determinado, que se materializa en propósitos más específicos (pasos).

En este contexto, muchas investigaciones han utilizado como punto de partida el modelo CARS (*Create a Research Space*) para el análisis del AIC, siguiendo la propuesta original de Swales (1990, 2004) o efectuándole algunas modificaciones, en razón de la variación retórico–discursiva que se evidencia entre diferentes disciplinas (Jogthong,

2001; Samraj, 2002, 2005; Ya-jun, 2009; Sabaj, 2012) o en diferentes secciones de los AIC, distintas de la introducción (Peacock, 2002; Jian, 2010). Si bien el AG fue un buen punto de partida para iniciar la descripción del AIC, es un enfoque que presenta ciertas debilidades.

Primero, se le critica el hecho de que se ha convertido en la simple búsqueda de patrones retórico–discursivos y léxicogramaticales, que no aparecen vinculados a las funciones especializadas que los textos desempeñan en los contextos sociales en que circulan (Hyon, 1996). Segundo, si bien sabemos que todos los propósitos comunicativos son responsabilidad del autor de un texto, él utiliza información propia y ajena para cumplir con dichos propósitos. En este sentido, el modelo de análisis propuesto por el AG no permite dar cuenta de cómo el autor utiliza información ajena, esto es, de otros autores que él cita, para llevar a cabo sus propios propósitos comunicativos. Tercero, a diferencia de las movidas retóricas de Swales (1990, 2004) y Swales y Feak (1994), como «establecer el nicho de investigación» y «ocupar el nicho», la idea de posicionamiento estratégico del autor que proponemos no se limita solo a la sección *Introducción*, sino que puede aparecer a lo largo de todo el artículo, por lo que nuestro análisis incluye el texto en su totalidad. Cuarto, la gran mayoría de las etiquetas que se utilizan para la denominación de movidas y pasos son de carácter metafórico, lo que podría dificultar su utilización en la alfabetización académica y científica (Sabaj, 2012).

### **Posicionamiento y metadiscurso**

Otro modo de aproximarse al estudio de los géneros es mediante las estrategias que los miembros de las distintas comunidades discursivas utilizan para construir sus identidades y la interacción que establecen con sus lectores (Hyland, 2002a, 2002b, 2005). En este contexto, encontramos los trabajos de posicionamiento y metadiscurso, análisis que busca revelar la forma en que los escritores se proyectan a sí mismos en su discurso para señalar su actitud hacia el contenido proposicional y hacia los lectores de un texto (Hyland & Tsé, 2004). Por tanto, refiere al material lingüístico que no agrega información al contenido proposicional del texto, sino que ayuda al oyente/lector a organizar y evaluar la información. Diversos investigadores han indagado el metadiscurso en el AIC, principalmente, para evidenciar diferencias disciplinares o entre L1 y L2 (Abdi, 2002; Beke, 2005; Ädel, 2006; Salas, 2011).

A diferencia de las nociones de *posicionamiento* y *metadiscurso*, nuestra propuesta no se restringe solo a la información aportada por el autor del texto; y, además, considera el análisis del contenido de los enunciados.

### **Análisis de las formas textuales de las citas**

En términos generales, en el discurso académico y científico, las citas se han estudiado en el marco de lo que se denomina *atribución* (*atribución científica*, para Siddharthan & Teufel, 2007; *atribución académica*, para Hyland, 1999; y *atribución del conocimiento*, para Beke, 2008). Mediante este tipo de análisis se estudia, básicamente, las formas textuales que adoptan las citas en distintos tipos de géneros académicos y científicos (Sabaj & Páez, 2011). De manera inversa al estudio del posicionamiento, este análisis se ha centrado en caracterizar cómo un autor utiliza las palabras de otros autores, enfocando esta caracterización en el análisis de las formas textuales que adoptan las citas (directas e indirectas) y las referencias (integrales y no integrales), dicho de otro modo, qué tipos (formas) de citas utiliza cierto grupo de autores (en una disciplina, en una segunda lengua, en un grado académico específico, etc.). Tal como ocurre con los estudios de posicionamiento y metadiscurso, la mayoría de los trabajos en esta línea no analizan ni el contenido de las citas, ni las funciones con las cuales el autor las utiliza, pues ese tipo de análisis corresponde a otra clase de trabajos, como se señala en el punto siguiente.

### **Análisis de las funciones de las citas**

Este tipo de análisis refiere, en términos generales, a los distintos propósitos con los que un autor utiliza las palabras de otros. A pesar de la importancia fundamental que poseen los procedimientos de citación y sus funciones en el discurso académico y científico, es un campo aún poco explorado en español, de manera que su desarrollo es, incluso, menor que el ámbito de las formas de las citas (Sabaj & Páez, 2011).

En el marco del discurso académico y científico, el objetivo del análisis de las funciones de las citas es identificar los propósitos específicos que ellas cumplen en los géneros utilizados para la difusión del conocimiento académico y científico. Así, son diversos los autores que han dado cuenta de las funciones de la intertextualidad (Bazerman, 2004), en general, y de las citas (Massi, 2005; Beke, 2008; Sabaj & Páez, 2011, entre otros), en particular. En la gran mayoría de estos trabajos, se aplican clasificaciones preestablecidas, que se acomodan a la escritura académica y científica, pero que no surgen desde allí.

Este tipo de análisis se ha centrado en el estudio de las funciones con las que un autor utiliza las palabras de otros. En consecuencia, son casi inexistentes los trabajos que combinan el análisis de las funciones de las citas en conjunto con las formas (Sabaj & Páez, 2011; Meza, 2013, 2015a).

En la Tabla 1, mostramos una síntesis de estos enfoques, y la diferencia con nuestra propuesta, que se destaca en cursiva:

**Tabla 1. Síntesis de los enfoques para el estudio del AIC**

	Origen de la información	Forma	Función (contenido)
Análisis de género	Propia	No	Sí
Posicionamiento y metadiscurso	Propia	Sí	No
Análisis de las formas textuales de las citas	Ajena	Sí	No
Análisis de las funciones de las citas	Ajena	No	Sí
<i>Posicionamiento estratégico del autor</i>	<i>Propia y ajena</i>	<i>Sí</i>	<i>Sí</i>

Sobre la base de la revisión bibliográfica anterior, podemos afirmar que ninguna de las aproximaciones que hasta ahora se han centrado en el AIC, ha considerado la dimensión estratégica como un elemento central de este género. Una excepción a ello podrían ser los estudios de posicionamiento y metadiscurso. Sin embargo, tal como señalamos en párrafos anteriores, ellos son más restringidos que la propuesta de este trabajo, pues se relacionan solo con una parte de nuestro planteamiento. En términos generales, esta dimensión estratégica solo ha sido tratada tangencialmente por los enfoques revisados, y, tal como hemos sostenido a lo largo del artículo, esta dimensión es esencial para tener una comprensión más profunda del género más importante en la generación y difusión del conocimiento.

Como muestra la Tabla 1, ningún enfoque permite dar cuenta por sí solo de la forma en que el autor, para posicionar su investigación, va intercalando información propia y ajena. Asimismo, en ninguno se describen a la vez las formas y las funciones del discurso en el AIC. En síntesis, ninguno de los enfoques que se han aproximado al estudio del AIC puede dar cuenta de este acto retórico que denominamos *posicionamiento estratégico del autor*, y que caracterizamos, en detalle, a continuación.

## MÉTODOS

Para llevar a cabo este trabajo, en primer lugar, se delimitó el problema de estudio, que tiene que ver con la restringida concepción del Artículo de Investigación que reconocen diversos autores (Sánchez, 2011; Venegas, 2005, 2006), la cual está relacionada con la omisión de su carácter estratégico–persuasivo, y con el hecho de que se destaque como una de sus características el ocultamiento de la presencia del autor (Müller, 2007). En este marco, nuestro objetivo general es proponer una alternativa para el estudio del AIC, basada en nuestra concepción del fenómeno. Para llevar a cabo este propósito, desarrollamos un trabajo de corte teórico, bibliográfico y reflexivo. Así, se realizó un profundo rastreo de la bibliografía pertinente y una revisión crítica de ella, a fin de tomar conocimiento acerca de cómo se ha concebido el AIC, y que, además, nos permitiera sustentar teóricamente nuestra propuesta.

Dado que se trata de un trabajo propositivo, con proyecciones de aplicaciones prácticas y, además, cuyas categorías de análisis, en su mayoría, no están registradas en la bibliografía, se sometió esta propuesta a la evaluación de 2 jueces expertos, a fin de recoger sus observaciones y recomendaciones. Para ello, se contó con la colaboración de dos doctores en Lingüística, expertos en escritura académica y científica (uno chileno y otro colombiano), quienes señalaron que la propuesta resulta óptima teóricamente, así como para su utilización como modelo para el análisis del género en cuestión.

## EL POSICIONAMIENTO ESTRATÉGICO DEL AUTOR

Nuestra propuesta para el estudio del AIC se funda sobre la base de la noción *posicionamiento estratégico del autor*, la cual considera el componente estratégico de la producción científica que otras aproximaciones desconocen. Así, concebimos el posicionamiento estratégico del autor como un acto discursivo complejo de carácter persuasivo y argumentativo, que permite dar cuenta de la forma en que un investigador se presenta a sí mismo y cómo expone su investigación, en sus escritos, frente a una audiencia. Decimos que es un acto discursivo complejo pues, en nuestra visión, involucra distintos componentes que interactúan entre sí.

A diferencia de los enfoques revisados en el apartado anterior, esta noción supone que, para realizar este acto, el autor debe incorporar necesariamente en su texto información tanto propia como ajena, cada una de las cuales se presenta con formas y funciones específicas. A continuación, en la Figura 1 graficamos nuestra propuesta para el estudio del posicionamiento estratégico del autor en AIC.

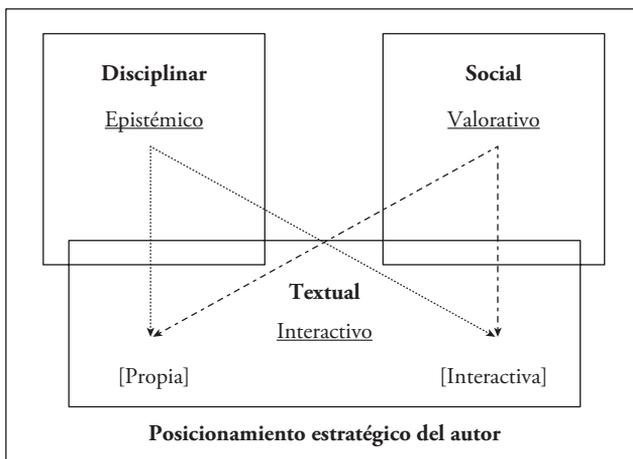


Figura 1. Propuesta para el estudio del posicionamiento estratégico del autor en AIC

En la Figura 1, presentamos en su totalidad nuestra propuesta para el estudio del posicionamiento estratégico del autor. Cada recuadro contiene cada uno de los elementos que, en nuestra visión, componen dicho acto retórico. Los términos subrayados corresponden a los elementos constituyentes de la propuesta, mientras que aquellos que están en negrilla indican el ámbito en el que se enmarca cada componente. Las flechas, por su parte, muestran la forma específica en que se relacionan los distintos elementos del modelo. Los recuadros, además, no son independientes, sino que se intersecan, lo que evidencia las interacciones que tienen los distintos componentes.

Con respecto al ámbito en el que se enmarca cada uno de los elementos presentados, observamos, en primer lugar, que el componente epistémico tiene correspondencia con la disciplina a la que pertenece el autor, pues se refiere al conocimiento científico que el autor aporta a su disciplina, considerando los avances de la misma. En segundo lugar, el componente valorativo se enmarca en el ámbito social, ya que tiene relación con la identidad social del autor, con quién dice ser, ya sea desde el punto de vista académico (grados, título, cargos, publicaciones previas, etc.) o investigativo (capacidad de realizar una buena investigación, utilización de métodos adecuados, etc.). En tercer lugar, el componente interactivo se asocia con la esfera textual, pues refiere a la articulación entre la información que, en su texto, el autor se atribuye a sí mismo (fuente o información propia) y la que atribuye a otros (fuente o información ajena). Es importante señalar que no analizaremos la *fuentes ajena* por sí sola, pues creemos que su uso no contribuye al posicionamiento estratégico del autor. La presencia de la *fuentes ajena* será considerada solo cuando forme parte de un tercer tipo de fuente que es la *interactiva*, la cual es el resultado del diálogo o la interacción entre un autor y los autores que él ha citado (Meza, 2013, 2015a). Esto se debe a que solo cuando el autor del AIC dice algo sobre lo que han dicho otros, se está posicionando.

En cuanto a las intersecciones entre los distintos elementos, se puede observar que el componente textual confluye con el epistémico y el valorativo. Ello se debe a que tanto para dar cuenta de su aporte a la disciplina (componente epistémico), como para mostrar su identidad y valoraciones (componente valorativo), el autor recurre a elementos textuales. Por otro lado, con respecto a las flechas que aparecen en la Figura 1, ellas indican el tipo de información o de *fuentes* que se podría utilizar para materializar en el texto cada componente. Así, para cristalizar en el texto el elemento epistémico y el valorativo, el autor puede utilizar la *fuentes propia* y la *interactiva*.

A continuación, detallamos y ejemplificamos cada uno de los elementos de la propuesta.

## Componente interactivo

Este componente es el más lingüístico de los tres elementos que constituyen nuestra propuesta, por lo que se enmarca en el ámbito textual y discursivo. Específicamente, este elemento de la propuesta alude al modo en que el autor de un AIC combina información propia con información ajena en sus textos. Dicho de otro modo, corresponde al diálogo que se produce en la práctica discursiva científica para hacer circular el conocimiento. Este diálogo se instancia en los textos mediante los recursos que el autor utiliza para inscribirse en el discurso y para incluir a otros participantes en su discurso, a través de los mecanismos de citación (Meza, 2013, 2015a).

Así, mediante este componente, podemos dar cuenta de la articulación existente entre la información atribuida al autor, y aquella cuyos responsables son otros autores citados, quienes contribuyen a concretar los propósitos comunicativos del autor del AIC. Más específicamente, nos permite mostrar a quién y de qué manera atribuye la información el autor de un AIC para posicionarse en su trabajo. Para responder a quién, recurrimos al análisis de la *fuerza de información*, entendida como el responsable de la información presentada, vale decir, a quién se atribuye cada fragmento incorporado en el AIC (fuente propia o interactiva). Mientras que para saber de qué manera se hace, acudimos al estudio de las formas y funciones con que dichas fuentes se incorporan (Meza, 2013, 2015a).

Cabe señalar que este componente interactivo es un elemento central de nuestra propuesta, puesto que, a través de este componente, los otros elementos de la propuesta se materializan. En otras palabras, podemos acceder al resto de los elementos de nuestra propuesta a partir del análisis del componente interactivo. Un ejemplo de este componente es:

- (1) «**De acuerdo a nuestra concepción de la evaluación y en concordancia con diversos autores (Anderson, Bachman, Perkins & Cohen, 1991; Alderson, 2000; Golden & Goldman, 2006), para que un instrumento de evaluación sea efectivo, debe cumplir con dos criterios fundamentales: confiabilidad y validez.**»

Como se observa en el ejemplo, lo que hace el autor del AIC es referir a una serie de autores con quienes concuerda en su concepción de evaluación. De este modo, puede mostrar que su idea está sólidamente sustentada por los trabajos de diversos expertos que lo respaldan. Es así como se establece una concordancia entre sus propios planteamientos y los de otros investigadores, de modo que la referencia actúa como un recurso persuasivo para conferir mayor autoridad a las propias afirmaciones, lo que lo ayuda a posicionarse en su área de especialización.

En el caso específico de este ejemplo, el autor recurre a la fuente interactiva para mostrar su propia concepción de evaluación. Ello se evidencia en el hecho de que la afirmación presentada es el resultado del diálogo que se produce entre lo dicho por él, o la fuente propia (fragmento que destacamos en negrita en el ejemplo) y la información obtenida de otros autores, o la fuente ajena (fragmento que subrayamos). Así, decimos que este fragmento es producto del diálogo entre autores, pues resulta imposible separar el enunciado entre lo dicho por uno y por otros. Como vemos, hemos considerado lo dicho por otros autores distintos del autor del AIC (fuente ajena), pero solo porque aquello se presenta en beneficio del posicionamiento del autor del artículo.

Creemos que este componente contribuye al estudio del posicionamiento estratégico del autor, pues se ha señalado que la forma como se consigna lo dicho por otros en el propio trabajo varía según distintos factores como, por ejemplo, los requerimientos sociales de la disciplina (Moed, 2005) o el bagaje cultural del escritor (Pennycook, 1996; Shi, 2006). Por ello, tenemos la certeza de que el análisis de este componente interactivo puede dar cuenta de la variación entre grados de experticia en el posicionamiento estratégico del autor, ya que asumimos que el bagaje de los escritores expertos con respecto a su disciplina no es el mismo que el de los autores en formación.

En síntesis, este componente de nuestra propuesta nos permite dar cuenta de cómo un autor se posiciona estratégicamente, toda vez que realiza sus propias contribuciones en su AIC (fuente propia) y de cómo se posiciona cuando en su trabajo se origina un nuevo tipo de información que surge de lo que dice él y lo que han dicho otros (fuente interactiva).

### **Componente epistémico**

Este componente se enmarca en el ámbito disciplinar, y corresponde a la forma en que el autor de un AIC muestra el objetivo de su investigación en el contexto de los vacíos en su disciplina, esto es, cómo su trabajo viene a cubrir un vacío en un área específica del conocimiento. Mediante este componente, el autor se posiciona estratégicamente, tanto a sí mismo como a su investigación, evidenciando cómo su trabajo es un aporte concreto al conocimiento en una disciplina particular, vale decir, su estrategia es de naturaleza epistémica. Un ejemplo de la presencia de este componente en un AIC es:

- (2) «Tradicionalmente se ha prestado poca atención a la relación íntima que mantienen el mercado y la propiedad[1]. No obstante, ambas instituciones son, de alguna manera, complementarias y se encuentran tan profundamente imbricadas la una

en la otra, que la segunda es requisito necesario para el funcionamiento de la primera. [...] El objetivo del presente trabajo es estudiar los inicios de tal proceso, y especialmente la relación existente entre el surgimiento de los mercados en la Roma primitiva, o más bien en el área latina, y los primeros procesos de propieta-rización de los factores de la producción. Así, pretendemos establecer un modelo que sea capaz de explicar las relaciones sociales y económicas de los habitantes del Lacio en la época del surgimiento de la ciudad, a fin de poder establecer un perfil de sus relaciones jurídicas, especialmente en lo relativo al control de bienes y el surgimiento de las primeras nociones relativas a la propiedad».

Como se observa en el caso presentado, en la primera línea, el autor da cuenta de un vacío en su área del conocimiento para, luego, en su objetivo de investigación, mostrar cómo él contribuirá a llenar ese vacío con su trabajo. Sobre la base de este ejemplo, podemos ver que, en algún sentido, nuestro componente epistémico podría equipararse con algunas unidades retóricas que se han identificado en el marco del Análisis de Género, cuando se describe la forma en que el escritor crea el espacio retórico de las introducciones de textos pertenecientes, por ejemplo, a géneros como el AIC o la Tesis.

Sin embargo, el objetivo central del AG, a través de su modelo de análisis de movidas retóricas, es la identificación de patrones o regularidades del lenguaje en uso dentro de los textos que conforman los géneros pertenecientes a las distintas comunidades discursivas. En nuestro caso, el objetivo es identificar todas las estrategias de posicionamiento del autor, las que no solo corresponden a este componente epistémico. Ahora bien, para dar cuenta en el texto de este componente epistémico, el autor puede recurrir a la fuente propia o la interactiva, tal como detallamos a continuación.

### ***Fuente propia***

En el marco del componente epistémico, el autor se posicionará mediante la fuente propia, exclusivamente, a través de su autoridad como investigador, mostrándose como único responsable de la información presentada. En consecuencia, el esquema general de estos casos será «Mi contribución a la disciplina es X», tal como ejemplificamos a continuación:

- (3) «Se describe un generador sincrónico con configuración en disco con una elevada potencia específica, para futuras aplicaciones de energía [...] Se propone un parque eólico de elevado rendimiento con este tipo de generadores»

- (4) «Como una contribución desde la realidad lingüística nacional al conocimiento y desarrollo de las tipologías textuales, la autora [del artículo] propone la siguiente definición de clase textual: Agrupación prototípica de rasgos lingüísticos (morfológicos–semánticos) y extralingüísticos (contextuales–situacionales) mínimos que configuran los textos de una misma categoría».

Como se observa en los ejemplos, se utiliza la fuente propia para mostrar la contribución que hace el autor a su área. Así, encontramos marcas lingüísticas de la fuente propia, tales como: «se describe», «se propone», en el ejemplo 3; y «la autora propone», en el número 4. De este modo, en cada uno de los casos mostrados el autor presenta su aporte al conocimiento de su disciplina sin acudir a ningún autor que lo respalde. En el segundo caso (ejemplo 4) es más explícito que en el primero (ejemplo 3), lo que, creemos, se debe a las diferencias disciplinares de los autores de los distintos ejemplos.

### *Fuente interactiva*

Para posicionarse epistémicamente mediante la fuente interactiva, el contenido presentado proviene tanto del autor del artículo como de otros autores citados. Por tanto, principalmente, el esquema utilizado será del tipo «X autor señala un vacío; yo lo lleno con mi investigación». Por ejemplo:

- (5) «La evaluación automatizada de resúmenes ha sido una tarea que se ha abordado desde mediados de los años sesenta, aunque aún no se han encontrado sistemas computacionales suficientemente confiables (Mani & Maybury, 2001; Batten, 2003). [...] Con el fin de ampliar los estudios en esta área en lengua española y aportar mayor evidencia empírica respecto de la posibilidad de evaluar automatizadamente resúmenes, nos planteamos el objetivo de identificar un método de evaluación automatizada de resúmenes, basado en el Análisis Semántico Latente, que permita evaluar eficientemente la calidad del contenido de resúmenes de textos predominantemente narrativos y expositivos escritos en español de modo similar a como lo hacen tres docentes evaluadores».

En el caso anterior, el autor recurre a diversos investigadores de su campo que señalan que el desarrollo en su ámbito de trabajo es insuficiente para, luego, él posicionar su trabajo, mostrando el aporte al conocimiento y a la disciplina que hace con su investigación. Así, en el ejemplo podemos observar claramente que el posicionamiento se realiza mediante la fuente interactiva, la cual resulta del diálogo entre el

autor del AIC, o fuente propia (fragmento que destacamos en negrita en el ejemplo) y otros autores que cita, o fuente ajena (fragmento que subrayamos).

### Componente valorativo

Este constituyente del modelo se enmarca en el ámbito social de la producción científica, y da cuenta del modo en que el autor de un AIC se valora a sí mismo, a su investigación o a las partes de su manuscrito. A través de este componente, entonces, el autor puede posicionarse como investigador, realizando sus características académicas positivas, de modo que se presenta como un sujeto inteligente, con formación académica en su campo y capaz de aportar en su área disciplinar. Así, puede demostrar que es un investigador con suficiencia para ser parte de la comunidad científica y académica.

Este componente se concretiza en las estrategias discursivas, mediante las cuales los autores de AIC expresan un juicio, generalmente positivo, respecto de sus propios trabajos y de sí mismos. Más específicamente, la promoción que el autor hace de sí mismo se evidencia mediante recursos como, por ejemplo: la presentación de todos los títulos, grados, diplomados y postítulos que posee; la mención de las instituciones en las que se ha formado, sobre todo cuando son extranjeras; la autovaloración positiva de su investigación: objetivos, métodos o resultados de investigación, entre otros (Meza, 2015b). Es precisamente por ello que decimos que este componente se enmarca en el ámbito social de la producción científica. Así, este elemento del modelo tiene relación con la identidad social del autor, con cómo se presenta. Un caso concreto de este componente es:

(6) «NOTAS

\* Este artículo es parte de una investigación asociada al Proyecto Fondecyt N° [...]

\*\*\* Licenciado en Ciencias Jurídicas y Sociales. Universidad Diego Portales. Abogado. Master of Laws (LL.M) y Doctor of Juridical Science (S.J.D) University of Wisconsin, Estados Unidos. Profesor Investigador, Director del Departamento de Derecho Público y Director del Magister en Derecho Público, Escuela de Derecho, Universidad Diego Portales.»

En el ejemplo, vemos cómo el autor aprovecha su tercera nota a pie de página para incorporar información de su título profesional, postgrados, instituciones nacionales y extranjeras en las que ha estudiado, así como también sus cargos en la universidad a la que está afiliado. Con el uso de estas estrategias, corroboramos la idea de Hyland (2001) quien señala que las elecciones lingüísticas que hacen los escritores no solo afectan el contenido conceptual, sino que también influyen en la impresión que dan a sus lectores.

La autopromoción es un fenómeno reconocido en la academia (Afros & Schryer, 2009). En términos generales, su estudio se ha limitado a AIC escritos en inglés, abordando únicamente aspectos como el uso de pronombres de primera persona (Harwood, 2005a, 2005b), el metadiscurso promocional (Afros, 2007; Afros & Schryer, 2009), los enfatizadores (Hyland, 2005) y la automención (Hyland, 2001, 2003). A diferencia de nuestro trabajo, la propuesta de Afros y Schryer (2009) se sustenta en la noción de *promoción*, entendida como «the ascription of positive value to the reported research and supporting views and of negative value to dissenting views». Como se puede advertir, esta idea de promoción se restringe al metadiscurso y, además, tiene que ver, más bien, con el consenso o disenso que un autor puede tener con los planteamientos de otros investigadores o teorías.

Del mismo modo, los trabajos de posicionamiento y compromiso (Hyland, 2005) se restringen también al metadiscurso: los atenuadores, los enfatizadores, los marcadores de actitud y la automención, para el posicionamiento; mientras que para el compromiso se analizan los pronombres del lector, los directivos, las preguntas, el conocimiento compartido y las digresiones personales. En consecuencia, ninguna de las investigaciones, de las cuales tenemos registro, que se han aproximado a la idea de autopromoción, se acerca a nuestro componente valorativo del posicionamiento estratégico del autor. Así, ninguna de ellas puede dar cuenta, por ejemplo, de los aspectos que mostramos en el ejemplo 2.

Para concretizar este componente valorativo en el texto mismo, el autor puede hacerlo mediante la fuente propia o la interactiva, tal como se explica a continuación.

### ***Fuente propia***

El único participante de la valoración es el autor del AIC. Por tanto, él es el exclusivo responsable de los juicios que presenta. No recurre a otros para fundamentar sus apreciaciones, sino que lo hace, exclusivamente, a partir de su propia autoridad. Desde esta perspectiva, el objeto valorado puede ser la investigación (o una parte de ella) o el texto, por lo que la estructura utilizada será «Mi investigación/método/resultados/trabajo es bueno», como se muestra en el siguiente ejemplo:

- (7) «Los resultados obtenidos en los tratamientos con este método, reafirman nuestras expectativas y confirman que a pesar del uso de una técnica tan simplificada, se obtienen excelentes resultados que evitan o acortan tratamientos funcionales posteriores».

O, por otro lado, el objeto valorado puede ser el autor mismo, en cuyo caso el esquema empleado será «Tengo X, Y, Z características académicas/laborales» o, más simple, «Tengo X currículum». Un ejemplo de ello es el siguiente:

- (8) «Abogada, Magíster en Derecho, Diploma en Género y Políticas Públicas, Servicio Nacional de la Mujer; Diploma de Especialización en Derechos Humanos, Pedagogía de la Memoria y Políticas Culturales, Fundación Henry Dunant; Profesora Facultad de Derecho y Comunicación Social, Universidad Bernardo O'Higgins, Santiago de Chile».

En ambos ejemplos, el autor realiza una valoración a partir de su propia autoridad como investigador, sin recurrir a justificaciones de otros. En el primer caso, donde el objeto valorado es la investigación, el autor valora positivamente su método, argumentando que es simple y efectivo. En el segundo caso, el autor acude a todas sus características académicas para mostrar su identidad y posicionarse a partir de ellas. Así, señala toda la formación académica que ha tenido, mencionando, incluso, sus diplomados. A partir de ello, creemos, se posiciona y autovalora como una persona creíble y que tiene las herramientas para aportar en la construcción del conocimiento de su disciplina.

Por otro lado, cabe también la posibilidad de que el objeto valorado por el autor no sea él mismo ni su trabajo, sino su comunidad, como se muestra en el siguiente ejemplo:

- (9) «Ejemplo de ello es el fructífero trabajo realizado por los especialistas de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso y, más precisamente, de la Escuela Lingüística de Valparaíso (ELV), donde se han realizado descripciones cada vez más precisas de los desempeños de los lectores en diferentes contextos de lectura».

Podría pensarse que este caso debería quedar fuera de la autovaloración y ser parte más bien de una especie de altervaloración, en la que se publicita a otros y no a sí mismo. Sin embargo, la mantenemos dentro de la valoración de sí mismo, pues al destacar aspectos positivos de la comunidad a la que pertenece, por extensión, podría estar destacando indirectamente su propio prestigio al ser parte de esa comunidad. Así, la lógica sería: «X institución es prestigiosa, yo pertenezco a esa institución prestigiosa; en consecuencia, yo gozo del prestigio de X».

### ***Fuente interactiva***

En este caso, los participantes de la valoración son el autor, más otros autores que él cita. Por tanto, podríamos decir que es una valoración justificada o avalada por otros. Desde nuestro punto de vista, el objeto valorado en este caso será siempre

la investigación. Uno de los esquemas utilizados para posicionarse desde este componente será del tipo: «X autor valora positivamente/apoya mi teoría o propuesta» o «Mi propuesta se sustenta en lo dicho por X autor», como se muestra en el siguiente ejemplo:

- (10) «Cabe mencionar que esta conformación del corpus, para su posterior transformación en espacio semántico, se justifica en relación a los hallazgos de Olmos, León, Escudero y Botana (2009), en los que se establece que la dependencia de domino temático afecta la eficiencia de la evaluación automatizada utilizando LSA. Por lo que un corpus multiregistro, en los que se consideran textos de diversa índole temática y organizacional (expositivos, narrativos, descriptivos, etc.), tendría mejores efectos en la evaluación de los resúmenes.»

Otra posibilidad de esquema es: «el planteamiento de X autor es bueno/malo/interesante/insuficiente; mi postura con respecto al tema es Y». En este caso, el posicionamiento estratégico del autor se basa en la capacidad que tiene él para opinar de su disciplina, para expresar su propio punto de vista con respecto a un tema controversial de su área, como se observa en el siguiente ejemplo:

- (11) «Hasta ahora, mucho se ha debatido respecto de la eficacia y pertinencia de uno u otro tipo de técnicas. Fredrickson (1984) afirma que una evaluación adecuada no puede estar sustentada solo en técnicas de carácter cerrado. Por otra parte, Bennett (1993) señala que aún no se ha probado empíricamente que las técnicas de carácter abierto sean mejores que las de carácter cerrado, producto de su capacidad para medir procesamientos más diversos [...] Desde nuestra forma de entender el asunto, no existe una técnica de evaluación mejor que otra. Su utilidad en un proceso de evaluación estará determinada por el grado de pertinencia con que es utilizada para medir un constructo teórico particular. Así, será tarea y desafío del evaluador seleccionar la técnica más apropiada al momento de diseñar y construir un instrumento, en virtud del constructo a medir y de los textos a utilizar.»

Como se observa en los ejemplos presentados, existen dos patrones de interacción, uno, en el que interactúan una fuente propia y una ajena, que es el caso del ejemplo 10; y, otro, en el que la relación se produce entre una fuente propia y más de una ajena, como se muestra en el ejemplo 11 y también en el siguiente caso:

- (12) «Mientras que Feduccia & Slaughter (1974) sugieren que existen diferentes hábitos alimenticios entre los sexos de las especies de *Raja*, reduciéndose la competencia intraespecífica, McEachran (1977) apunta que dicho dimorfismo está relacionado

con hábitos reproductivos, por la acción de sujetar el macho a la hembra mediante la boca durante la cópula [...] En el presente trabajo se consideran en orden de importancia como diferencias morfológicas del sistema digestivo de *U. chilensis* con relación al de *D. sabina*, la presencia de esfínter cardiaco (cardias), la forma en S del recto, el menor número de vueltas del pliegue espiral, la ausencia de escotaduras de las mandíbulas y el carácter liso y con una concavidad de los dientes de las hembras».

En el ejemplo, el tipo de esquema utilizado es «X autor dice Y, mientras que Z autor dice W» o «En X tema no existe consenso; mi opción es Y». De este modo, utilizar el juicio que hace otro autor de una investigación o el disenso entre dos investigadores, le sirve al autor del AIC para posicionar su propio trabajo, tal como ocurre en el ejemplo presentado. En este caso, el autor del AIC presenta, primero, la postura de un primer autor o conjunto de autores (Feduccia & Slaughter, 1974), con respecto a un tema controversial de su área. Luego, con respecto al mismo tema, presenta la posición de un segundo autor (McEachran, 1977), la cual difiere de la del primer autor. Y, finalmente, ante ese desacuerdo, presenta su propia consideración con respecto al tema en cuestión. De este modo, la falta de consenso existente entre dos autores le sirve para posicionar su propia investigación.

## COMENTARIOS FINALES

Como hemos venido sosteniendo, no existen trabajos que permitan abordar en profundidad el estudio de la dimensión estratégico–persuasiva del AIC. En este marco, hemos propuesto una alternativa concreta que permite cubrir dicho vacío, la cual se construye sobre la base de la noción de posicionamiento estratégico del autor, acto que no había sido descrito hasta ahora y que, a nuestro juicio, constituye un aspecto fundamental de la producción científica, en general, y del artículo de investigación, en particular.

A diferencia de otros enfoques que se han aproximado al estudio del AIC, la noción de *posicionamiento estratégico del autor*, permite dar cuenta de la forma en que este acto se realiza a través de todo el artículo, y no solo en una sección específica. Además, con el modelo propuesto, es posible describir cómo, para posicionarse estratégicamente, el autor va intercalando información propia y ajena. Asimismo, en contraste con otros enfoques, el estudio del posicionamiento estratégico del autor no se limita al análisis formal ni funcional, sino que, además, implica el análisis del contenido de los enunciados, aspecto que no se considera en otros tipos de análisis.

A ello podemos agregar que nuestra propuesta nos permitirá indagar empíricamente en el estudio del posicionamiento estratégico del autor, considerando las variables disciplina y grado de experticia del autor en el ámbito de las publicaciones científicas, lo que la enriquece aún más.

Ahora bien, como limitación de nuestro modelo, reconocemos el costo analítico que implica. En efecto, para dar cuenta de la dimensión estratégica de la comunicación científica, se debe hacer un análisis manual, que involucra determinar el origen de la información (propia o interactiva), las formas y funciones que esta información adopta y el contenido específico de cada enunciado del AIC en su totalidad. Sin embargo, como contraparte a este costo analítico, se obtiene una descripción detallada y exhaustiva.

En síntesis, la noción de *posicionamiento estratégico del autor* y la propuesta para su análisis y descripción permiten observar y sistematizar la forma en que un autor se presenta a sí mismo en la comunidad científica y las estrategias que utiliza para posicionar su investigación. Así, nuestra propuesta permite contribuir a un entendimiento más acabado de la producción científica en general, y a una caracterización más precisa del AIC en particular. En este sentido, la propuesta de *posicionamiento estratégico del autor* tiene importantes aplicaciones al ámbito de la alfabetización académica y científica. Así, por ejemplo, un investigador en formación podría conocer las formas de posicionamiento típicas de su disciplina, o bien, se puede determinar la diferencia en el uso de estas estrategias, dentro de un mismo campo de conocimiento, por parte de autores en formación, en contraste con investigadores destacados de una disciplina.

## REFERENCIAS

- Abdi, R. (2002). Interpersonal metadiscourse: an indicator of interaction and identity. *Discourse Studies*, 4(2), 139-145.
- Ädel, A. (2006). *Metadiscourse in L1 and L2 English*. Amsterdam: John Benjamins Publishing.
- Afros, E. (2007). *Promotional (Meta)discourse in Research Articles in Language and Literary Studies* (Tesis de máster no publicada), University of Waterloo, Ontario, Canadá.
- Afros, E., & Schryer, E. (2009). Promotional (meta)discourse in research articles in language and literary studies. *English for Specific Purposes*, 28(1), 58-68.
- Barthes, R. (1994). *El susurro del lenguaje*. Barcelona: Paidós.

- Bazerman, C. (2004). Intertextuality: How texts rely on other texts. En C. Bazerman & P. Prior (Eds.), *What Writing Does and How It Does It An Introduction to analyzing texts and textual practices* (pp. 83-96). New Jersey: Lawrence Erlbaum.
- Beke, R. (2005). El metadiscurso interpersonal en artículos de investigación. *Revista Signos. Estudios de Lingüística*, 38(57), 7-18.
- Beke, R. (2008). El discurso académico: la atribución del conocimiento en la investigación educativa. *Núcleo*, 25, 13-35.
- Bhatia, V. (2002). Applied genre analysis: a multi-perspective model. *Ibérica*, 4, 3-19.
- Bhatia, V. (2004). *Worlds of written discourse. A genre based view*. Sydney: Continuum.
- Dudley-Evans, T. (2000). Genre analysis: a key to a theory of ESP? *Ibérica*, 2, 3-11.
- Harwood, N. (2005a). 'We do not have a theory. The theory I present here attempts to fill this gap': Inclusive and exclusive pronouns in academic writing. *Applied Linguistics*, 26, 343-375.
- Harwood, N. (2005b). 'I hoped to counteract the memory problem, but I made no impact whatsoever': discussing methods in computing science using I. *English for Specific Purposes*, 24, 243-267.
- Hyland, K. (1999). Academic attribution: Citation and the construction of disciplinary knowledge. *Applied Linguistics*, 20(3), 341-367.
- Hyland, K. (2001). Humble servants of the discipline? Self-mention in research articles. *English for Specific Purposes*, 20, 207-226.
- Hyland, K. (2002a). Options of identity in academic writing. *ELT Journal*, 56(4), 351-358.
- Hyland, K. (2002b). Directives: argument and engagement in academic writing. *Applied Linguistics*, 23(2), 215-239.
- Hyland, K. (2003). *Second Language Writing*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hyland, K., & Tsé, P. (2004). Metadiscourse in Academic Writing: A Reappraisal. *Applied Linguistics* 25(2), 156-157
- Hyland, K. (2005). Stance and engagement: a model of interaction in academic discourse. *Discourse Studies*, 7(2), 173-192.
- Hyon, S. (1996). Genre in three traditions: implications for ESL. *TESOL Quarterly*, 30(4), 693-722.
- Jian, H. (2010). The schematic structure of literature review in research articles of Applied Linguistics. *Chinese Journal of Applied Linguistics*, 33(5), 15-27.

- Jogthong, Ch. (2001). *Research article introductions in Thai: Genre Analysis of Academic Writing* (Tesis doctoral no publicada). College of Human Resources and Education at West Virginia University.
- Massi, M. (2005). *Las citas en la comunicación académica escrita*. Recuperado el 27 de abril de 2014 de <http://www.rieoei.org/deloslectores/1011Palmira.PDF>
- Meza, P. (2013). La comunicación del conocimiento en las secciones de tesis de lingüística: determinación de la variación entre grados académicos (Tesis doctoral). Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Valparaíso, Chile.
- Meza, P. (2015a). La comunicación del conocimiento en el género Tesis de Lingüística: Comparación entre grados académicos. En G. Parodi & G. Burdiles (Eds.), *Leer y escribir en contextos académicos y profesionales* (pp. 67-112). Santiago: Planeta.
- Meza, P. (2015b). *Estrategias de autopromoción en Artículos de Investigación Científica: comparación entre novatos y expertos*. Ponencia presentada en las II Jornadas Centroamericanas de Estudios del Discurso, Universidad de Costa Rica, San José, Costa Rica.
- Moed, H. (2005). *Citation analysis in research evaluation*. Dordrecht: Springer.
- Müller, G. (2007). Metadiscursos y perspectiva: Funciones metadiscursivas de los modificadores de modalidad introducidos por ‘como’ en el discurso científico. *Revista Signos. Estudios de Lingüística*, 40(64), 357-387.
- Oesterreicher, W. (2002). Autonomización del texto y recontextualización. Dos problemas fundamentales en las ciencias del texto. En E. Hopkins (Ed.), *Homenaje Luis Jaime Cisneros I* (pp. 343-387). Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Ozturk, I. (2007). The textual organization of research article introductions in applied linguistics: variability within a single discipline. *English for Specific Purposes*, 26, 25-38.
- Peacock, M. (2002). Communicative moves in the discussion section of research articles. *System*, 30, 479-497.
- Pennycook, A. (1996). Borrowing others’ words: Text, ownership, memory, and plagiarism. *TESOL Quarterly*, 30(2), 201-230.
- Sabaj, O. (2009). Descubriendo algunos problemas en la redacción de Artículos de Investigación Científica (AIC) de alumnos de postgrado. *Revista Signos. Estudios de Lingüística*, 42(69), 107-127.
- Sabaj, O. (2012). Uso de movidas retóricas y patrones léxico-gramaticales en artículos de investigación en español. Implicancias para la enseñanza de la escritura científica. *Boletín de filología*, 47(1), 165-186.

- Sabaj, O., & Páez, D. (2011). Tipos y funciones de las citas en artículos de investigación de tres disciplinas. *Literatura y Lingüística*, 22, 117-134.
- Salas, M. (2011). *El metadiscurso en el género Artículo de Investigación Científica (AIC): Variación interdisciplinaria* (Tesis doctoral no publicada). Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Valparaíso, Chile.
- Salas, M. (2015). Una propuesta de taxonomía de marcadores metadiscursivos para el discurso académico–científico escrito en español. *Revista Signos. Estudios de Lingüística*. 48(87), 95-120.
- Samraj, B. (2002). Introductions in research articles: variation across disciplines. *English for Specific Purposes*, 21, 1-17.
- Samraj, B. (2005). An exploration of a genre set: research article abstracts and introductions in two disciplines. *English for Specific Purposes*, 24, 141-156.
- Sánchez, A. (2011). *Manual de Redacción Académica e Investigativa: Cómo escribir, evaluar y publicar artículos*. Colombia: Coimpresos.
- Shi, L. (2006). Cultural background and textual appropriation. *Language Awareness*, 15(4), 264-282.
- Siddharthan, A., & Teufel, S. (2007). *Whose idea was this, and why does it matter? Attributing scientific work to citations*. Recuperado el 21 de septiembre de 2010 de <http://www.cl.cam.ac.uk/~sht25/papers/naacl07.pdf>
- Swales, J. (1990). *Genre analysis. English in academic and research settings*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Swales, J. (2004). *Research genres. Explorations and applications*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Swales, J., & Feak, C. (1994). *Academic writing for graduate students*. Ann Arbor: The University of Michigan Press.
- Venegas, R. (2005). *Las relaciones léxico–semánticas en artículos de investigación científica: Una aproximación desde el análisis semántico latente* (Tesis doctoral). Valparaíso: Pontificia Universidad Católica de Valparaíso.
- Venegas, R. (2006). La similitud léxico–semántica en artículos de investigación científica en español: Una aproximación desde el Análisis Semántico Latente. *Revista Signos. Estudios de Lingüística*, 39(60), 75-106.
- Ya-jun, Z. (2009). CARS model in analyzing the introduction of research articles: an example from the field of sports science and medicine. *US–China Foreign Language*, 7(3), 61-65.

## ANEXO

## Textos utilizados para los ejemplos

Número de ejemplo	Título AIC	Autor	Año	Revista
2	Las relaciones entre el mercado y la propiedad en el Lacio primitivo	Carlos Felipe Amunátegui Perelló	2014	Revista de Estudios Histórico-Jurídicos
6	El derecho a la privacidad en la jurisdicción de protección	Rodolfo Figueroa G.	2013	Revista Chilena de Derecho
3	Generador Eólico Superconductor	A. Leão Rodrigues	2010	Información Tecnológica
1-9-11	La comprensión del discurso escrito: Una propuesta teórico-metodológica para su evaluación	Romualdo Ibáñez	2012	Revista Signos. Estudios de Lingüística
4	Tipologías textuales: de Aristóteles a la clasificación múltiple	Marcela A. Amaya García	2010	Literatura y Lingüística
5-10	Evaluación de resúmenes en español con Análisis Semántico Latente: Una implementación posible	René Venegas	2011	Revista Signos. Estudios de Lingüística
7	Tratamiento Temprano de las Maloclusiones sin Aparatología Funcional: Presentación de Dos Casos Clínicos	Lorena Carbone Irujo	2011	International journal of odontostomatology
8	La relatividad de los derechos subjetivos de los consumidores	Erika Isler Soto	2011	Revista de derecho (Valdivia)
12	Anatomía comparada del sistema digestivo de las rayas <i>Urotrygon chilensis</i> y <i>Dasyatis sabina</i> (Myliobatiformes)	Abraham Kobelkowsky	2010	Revista chilena de historia natural