

Francisco Yus

Ciberpragmática

El uso del lenguaje
en Internet

Ariel

ÍNDICE

<i>Agradecimientos</i>	7
<i>Presentación</i>	9
CAPÍTULO 1. Pragmática, contexto y relevancia	15
1. La pragmática y el uso del lenguaje	15
2. La importancia y variedad del contexto	18
3. La teoría de la relevancia de Sperber y Wilson	28
3.1. Modelo <i>del código</i> frente a modelo <i>inferencial</i>	29
3.2. La ostensión y la intención	29
3.3. Lo manifiesto. El entorno cognitivo	30
3.4. La inferencia (no demostrativa) y la deducción	31
3.5. Fuentes informativas en un contexto	33
3.6. Relevancia: interés (efectos contextuales) frente a esfuerzo (de procesamiento)	34
3.7. Presunción de relevancia, principio de relevancia ..	35
3.8. Forma lógica, proposición expresada y lo explí- cito / lo implícito	37
4. Pragmática de Internet	40
CAPÍTULO 2. La presentación de la persona en la <i>web</i> cotidiana ..	43
1. Introducción	43
2. Discurso e identidad	44
3. La comunidad de habla	46
4. La comunidad virtual	49
4.1. La esencia lingüística de la comunidad virtual	57
4.2. Entornos cognitivos virtuales	59
5. La identidad virtual	64
6. La página personal	67
7. El apodo	73

CAPÍTULO 3. La conversación virtual (<i>chat</i>)	79
1. Introducción	79
2. El enunciado, la actitud proposicional y el contexto auditivo-visual	82
3. «Lo importante es poder hablar»	87
3.1. Introducción	87
3.2. Limitación o ventaja	88
3.3. La interacción conversacional	90
4. Oral frente a escrito	98
4.1. Semejanzas entre el discurso oral y el discurso escrito	99
4.2. Diferencias entre el discurso oral y el discurso escrito	101
4.3. La preeminencia de la voz	106
4.4. El paralenguaje	109
5. Compensar la ausencia del canal auditivo en el <i>chat</i>	112
5.1. Introducción	112
5.2. La innovación tipográfica	113
6. Visual frente a verbal	115
6.1. Introducción	115
6.2. La cara	118
6.3. Postura y distancia	121
6.4. El malentendido no verbal	121
7. Compensar la ausencia del canal visual en el <i>chat</i>	122
7.1. Introducción	122
7.2. Lo no verbal y la simultaneidad/sucesividad con el lenguaje verbal	123
7.3. La intencionalidad en lo verbal-no verbal	124
7.4. Principales estrategias de compensación de la ausencia del canal visual	127
7.5. El emoticono	128
7.6. La acotación icónica	136
8. El texto escrito oralizado	139
8.1. El <i>chat</i> en el <i>continuum</i> oral/escrito	139
8.2. Juegos del lenguaje	141
9. Un ejemplo	148
CAPÍTULO 4. Tienes un e-mail	153
1. Introducción	153
2. Características generales del correo electrónico	155

3.	El perfil del correo electrónico en el <i>continuum</i> oral/es-	157
	crita	
3.1.	Dinámica social	157
3.2.	Formato	160
3.3.	Gramática. Aspectos léxicos y sintácticos	167
3.4.	Estilo	169
4.	Elementos de un mensaje electrónico	171
4.1.	La llamada (ostensiva) de atención	171
4.2.	El remitente	174
4.3.	El destinatario	175
4.4.	La dirección electrónica	177
4.5.	El asunto	178
4.6.	El texto del mensaje	180
4.7.	La firma	184
 CAPÍTULO 5. La cortesía en la red		187
1.	Introducción	187
2.	Algunas aproximaciones al estudio de la cortesía	197
3.	El modelo de Brown y Levinson	205
3.1.	Parámetros en la valoración de la cortesía	207
3.2.	Algunos comentarios sobre el modelo de B&L	209
3.3.	La <i>imagen</i> en Internet	210
4.	Cortesía y relevancia	213
 <i>Bibliografía</i>		219

PRESENTACIÓN

Desde que Morris propusiera, a finales de los años treinta, una división triádica de la semiótica en sintaxis (relaciones entre los signos), semántica (relaciones entre los signos y sus referentes) y pragmática (relaciones entre los signos y sus usuarios), los avances en esta última han sido constantes, y podemos hablar hoy día de un afianzado *paradigma* de la pragmática, cuyo interés general por el uso del lenguaje en contexto ha sido asumido, con atributos de diferente signo y tendencia, por múltiples perspectivas o escuelas dedicadas al análisis de un aspecto concreto del vasto campo de estudio que ofrece la comunicación humana.

Yo descubrí la pragmática hace bastante menos tiempo, concretamente a principios de los noventa cuando, en los cursos de doctorado de la Universidad de Alicante, los profesores Enrique Alcaraz Varó y José Mateo Martínez, entre otros, me mostraron las cualidades de esta perspectiva investigadora y las múltiples posibilidades de análisis que ésta ofrecía. En el departamento de Filología Inglesa encontré no sólo un método de estudio ágil y multidisciplinar, orientado siempre al análisis del uso del lenguaje humano, sino también una concepción dinámica de la propia filología, proyectada sobre todo a la realidad social que justifica la existencia de toda lengua. Frutos de esta concepción dinámica de la Filología son, por ejemplo, los estudios lexicográficos en los ámbitos jurídico, comercial y turístico, entre otros, y los estudios sobre la traducción de la terminología industrial. Pero, sobre todo, encontré en este departamento un especial interés por la aplicación y la extensión de la pragmática a otras áreas y variedades de discursos más allá del análisis puramente textual de los mismos.

En esta última línea de análisis se enmarcan las investigaciones que he desarrollado en los últimos años, y que comenzaron en 1993 con una propuesta de aplicación de las conocidas *máximas* de Grice al discurso verbocónico del cómic alternativo inglés. Con posterioridad, el descubrimiento de la pragmática cognitiva y, concretamente, de la *teoría de la relevancia* de Sperber y Wilson, me han conducido al proyecto de una posible aplicabili-

dad de esta perspectiva investigadora a los discursos verbo-icónicos de masas. Sin duda, la pragmática cognitiva puede llegar a investigar, de una forma efectiva, la intencionalidad y los efectos que producen los diferentes discursos mediáticos sobre los destinatarios, y creo que la pragmática cognitiva es particularmente válida para complementar los estudios semióticos de estos discursos (ej. los estudios semióticos sobre los atributos de cada código comunicativo) a la hora de desvelar, por ejemplo, la finalidad persuasiva de la publicidad, la ideología latente en el texto de la prensa escrita y su relación con las fotografías que lo acompañan, o la interpretación de la conjunción de imagen y texto en los cómics.

Este modesto proyecto tiene su comienzo en el año 1995, cuando hice una propuesta de lo que, a mi entender, podía ser un *modelo escrito-icónico de la comunicación mediática*, dividido en dieciséis supuestos que reflejan todas la variedades comunicativas que pueden darse en los medios de masas (Yus, 1997b), y en el que me basé para estudiar el discurso del cómic, a pesar de que el mencionado modelo está diseñado para ser aplicado a cualquier discurso de masas. Este estudio inicial se complementó con otros estudios sobre la fotografía de prensa, la iconicidad, o la doble articulación del signo visual, entre otros.

El presente libro se enmarca dentro de este proyecto de aplicación de la pragmática cognitiva al estudio de los discursos de masas, tomando este término en un sentido amplio. En su metodología, no rechazo otras perspectivas pragmáticas que pudieran ser útiles para interpretar determinadas formas de conducta comunicativa. Me he permitido acuñar el término *ciberpragmática* para este intento de arrojar luz sobre las peculiaridades de la comunicación que establecen los usuarios gracias a las posibilidades de interactividad que ofrece la red de nodos llamada Internet. Se trata de aplicar al discurso de los usuarios de Internet todo el aparato teórico de la pragmática, que ya ha revelado su utilidad para explicar la comunicación entre personas en situaciones de co-presencia física de los interlocutores y en situaciones de asincronía comunicativa, como en el caso de la interpretación de la literatura. La comunicación mediante esta red está basada, hoy en día, en el intercambio masivo de mensajes en forma de texto, pero con una clara vocación oral, lo que convierte esta variedad interactiva en un interesante híbrido entre la estabilidad y rigidez del soporte escrito, por un lado, y la espontaneidad y cualidad efímera del habla, por otro.

La adopción de un marco teórico explícitamente pragmático espero que sirva, además, como tamiz para filtrar todo un abanico de estudios sobre Internet que se centran en aspectos exclusivamente sociológicos y filosóficos (algunos de éstos últimos con un sesgo que raya, a menudo,

en lo apocalíptico) y hacerlo útil para un estudio específico de la interacción comunicativa por Internet. Por ejemplo, dos términos muy utilizados en la pragmática son el de *comunidad de habla* y el de *comunidad epistemológica* o *de saberes*, en los que juegan un papel esencial los valores y supuestos enciclopédicos atesorados por la comunidad, en el primer caso, y los valores compartidos por grupos de personas unidas por un interés o afición común (y, a menudo, el dominio de una jerga específica), en el segundo caso. En algunos estudios de Internet desde un prisma sociológico, han quedado patentes los aspectos negativos de la *comunidad virtual* y el *foro de debate*, correlatos en Internet de la comunidad de habla y de la comunidad epistemológica respectivamente, por el supuesto aislamiento del ser humano de su entorno más natural, la conversación cara a cara. La filosofía también ha estudiado estos agrupamientos sociales virtuales, pero en este caso aduciendo que la *des-corporización* que propicia Internet, esto es, la ausencia de la información contextual del cuerpo del que surge el lenguaje, permite una comunicación más diáfana y desprovista de los prejuicios sociales que suele generar la imagen visual de la persona en situaciones de comunicación cara a cara. Desde la pragmática, por contra, estos términos poseen un valor intrínseco con independencia de la forma de agrupamiento social, sea éste *real* o *virtual*. Se trata, en suma, de atributos contextuales que *siempre* inciden en la comunicación humana mediando en la producción y recepción de mensajes por parte de las personas, y que siempre influyen en el resultado final de la comunicación con independencia del medio que usemos para establecerla.

Este libro intenta ser, por lo tanto, una aplicación de la pragmática, sobre todo la perspectiva pragmática de corte cognitivo, a la comunicación por Internet, recurriendo para ello a un aparato teórico que es útil para el análisis de la comunicación humana, sea ésta una conversación oral entre interlocutores, o el intercambio de textos escritos entre un autor y su lector. Sin duda, en esta aplicación subyace la certeza de que el estudio de Internet revelará atributos y estrategias inherentes a este medio, pero éstos pueden explicarse sin abandonar el marco teórico que se ha adoptado. La comunicación es un bien común de la humanidad; sólo varía la forma de llevarla a cabo y los medios que el hombre ha ideado para conseguirla, superando, en el caso de Internet, las limitaciones geográficas.

Por otra parte, Internet es, en sí mismo, un amplio campo de estudio en el que convergen diferentes posibilidades de estudio pragmático. En el presente libro intento abordar varios de estos aspectos que se centran, de forma directa, en la comunicación entre los usuarios de Internet. En el primer

capítulo, realizaré un recorrido por algunos presupuestos teóricos generales de la pragmática y, dentro de ésta, de la pragmática cognitiva según la propuesta de Sperber y Wilson en su *teoría de la relevancia*, un modelo que será utilizado como marco general de análisis pragmático en cada uno de los siguientes capítulos.

El segundo capítulo trata de los diferentes agrupamientos sociales dentro de Internet y de cómo *se presentan*, en el sentido propuesto por Goffman, las personas en los entornos virtuales. Términos como el de comunidad de habla, ya mencionado en esta presentación, serán analizados y cotejados con sus términos equivalentes en contextos virtuales. También se estudiarán, de forma más sucinta, otras formas de presentación de la persona en Internet, como la *página web* o el apodo, verdadero *alter ego virtual* del usuario *real* que existe físicamente en algún punto geográfico del globo. Esta dicotomía entre *virtual* y *real* obedece a un criterio puramente metodológico, encaminado únicamente a distinguir ambos contextos interactivos, ya que es obvio que para muchos usuarios la interacción en entornos virtuales es mucho más *real* que la que pudieran mantener cara a cara con otras personas.

El tercer capítulo es uno de los más importantes del libro. En él analizo la conversación virtual o *chat*, como se la conoce coloquialmente. El aspecto más sobresaliente de esta variedad de comunicación electrónica es la oralización del texto, esto es, la sensación de que los usuarios escriben lo que desearían estar diciendo, y leen lo que les gustaría estar oyendo. Este atributo origina toda una gama de estrategias comunicativas que, en mi opinión, debe estudiarse desde una perspectiva pragmática como la adoptada en el libro. La estrategia de análisis a la que he recurrido ha sido la de mostrar, por un lado, la importancia de las cualidades no verbales vocales y visuales en la comunicación humana en general para pasar, con posterioridad, a estudiar las estrategias a las que recurren los usuarios del *chat* para compensar la ausencia de tales cualidades contextuales en la interacción escrita por Internet.

En el capítulo cuarto abordaré el estudio de una de las formas de comunicación electrónica más utilizadas en la actualidad: el correo electrónico (*e-mail*). El capítulo está dividido en dos secciones principales: una dedicada a delinear las características de este medio electrónico, de nuevo difíciles de ubicar dentro del *continuum* oral/escrito; y una segunda centrada en recorrer cada uno de los elementos de los que se compone un mensaje electrónico (remitente, destinatario, dirección electrónica, asunto, texto, etc.) y su papel en la interpretación final del mensaje por parte del destinatario.

Por último, en el capítulo quinto explicaré las diferentes estrategias de (des)cortesía a las que recurren los usuarios en su comunicación por Internet. Haré un recorrido por las diferentes teorías sobre la cortesía y estudiaré, en cada caso, su posible aplicación a la cortesía en la red, un entorno en el que, además de las características típicas que acompañan u originan una estrategia de cortesía, similares en entornos reales y virtuales, se pueden encontrar atributos inherentes a este entorno electrónico, como es la mediación en la interacción de una tercera persona (por ejemplo un moderador) cuya opinión acerca de la (in)aceptabilidad de un mensaje produce variados resultados en la interacción electrónica.