

Ciberpragmática. Entre la compensación y el desconcierto

Por: Francisco Yus

Para citar este artículo: Yus, Francisco, 2001, "Ciberpragmática. Entre la compensación y el desconcierto". Disponible en el ARCHIVO del Observatorio para la CiberSociedad en <http://www.cibersociedad.net/archivo/articulo.php?art=42>

1. INTRODUCCIÓN

Una de las áreas de investigación de la perspectiva pragmática en el estudio del lenguaje está interesada en determinar las operaciones de contextualización que llevan a cabo los interlocutores para elegir precisamente la interpretación que, dentro de un *continuum* de posibles significados, es la correcta en un estadio concreto de la comunicación. Ciertamente, los seres humanos rara vez somos literales cuando comunicamos información a los demás. Más bien al contrario, dejamos implícita toda aquella información que prevemos que nuestro interlocutor podrá obtener por sí mismo, por lo que la tarea de acceder a la interpretación pretendida por el emisor puede llegar a ser un proceso inferencial bastante complicado (aunque, a menudo no nos damos cuenta siquiera del esfuerzo mental que conlleva nuestra actividad interpretativa cotidiana).

Sin duda, el presupuesto pragmático de que toda comunicación debe ser analizada en el contexto en el que ésta surge y es interpretada constituye, quizás, uno de los avances más significativos de la lingüística en los últimos años. Sin embargo, más significativo aun es el hecho de que el contexto no es una instancia estática, un entorno pasivo dentro del cual los interlocutores intercambian información, sino un elemento dinámico, un cúmulo de supuestos inferenciales que el ser humano puede (y debe necesariamente) utilizar en su búsqueda de la interpretación adecuada. Los orígenes y fuentes de dichos supuestos pueden llegar a ser muy variados: la información proveniente de enunciados anteriores dentro de una misma conversación, la información que accede al oyente desde el entorno físico, la información enciclopédica almacenada en la mente del oyente, un número indeterminado de supuestos que son, aparentemente, compartidos por ambos interlocutores, etc. Cuál(es) de los múltiples supuestos generados por estas fuentes informativas será(n) utilizado(s) finalmente por el oyente es, en principio, imposible de prever con total seguridad, si bien los hablantes suelen albergar expectativas más o menos fiables de qué información utilizará (i.e., deberá utilizar) su interlocutor para poder comprenderle correctamente. Consideremos, por ejemplo, el enunciado en [1b] que, en la situación [1a], posee la interpretación [1c] (en Yus, 2001: 16):

[1]

- a. [Pedro y María tienen un gato que tiene la costumbre de sentarse en su alfombra para dar a entender a sus dueños que tiene hambre].
- b. Pedro (a María): "El gato está sobre la alfombra".
- c. El gato tiene hambre.

En este caso, aunque Pedro no puede tener la certeza de que la interpretación [1c] será precisamente la elegida, sí que tendrá la esperanza, más que fundada, de que María comparte con él la información [1a] y que, de hecho, la utilizará en su interpretación del enunciado [1b]. En el proceso interpretativo está sobreentendida¹, además, otra operación inferencial no menos importante: la de llegar a una proposición contextualizada en la que "gato" y "alfombra" pasan a ser un *determinado* gato y una *determinada* alfombra situados en una determinada orientación espacio-temporal, una proposición que es la base inicial de la actividad interpretativa de María que, unida a la información contextual extra-proposicional (en este caso, [1a]), le llevará finalmente a la correcta opción [1c].

¿Podemos prever esta clase de inferencia pragmática en los ordenadores? Es un hecho que el ser humano ha tratado, desde hace varias décadas, de conseguir que el ordenador realice procesos interpretativos del lenguaje que le permitan *dialogar* con los seres humanos de una forma creativa, y debemos aceptar que se han producido avances significativos en este campo. En general, el entorno en el que los seres humanos y los ordenadores se *comunican* (la denominada *interfaz*) ha mejorado muchísimo en los últimos años y, en concreto, se ha avanzado bastante en la transcripción informática de las palabras dictadas a un micrófono (programas de reconocimiento de voz). El problema es que aún no hemos conseguido que el ordenador sea lo suficientemente *pragmático*, esto es, que consiga reproducir, de forma computacional, el complejo proceso interpretativo del ser humano y su amplia capacidad de elegir información contextual variada y de múltiples fuentes contextuales en la búsqueda inferencial de la interpretación correcta.

Por supuesto, en otros ámbitos del lenguaje el ordenador sí ha demostrado su gran capacidad de procesamiento. La competencia fonológica, sintáctica y, hasta cierto punto, la competencia semántica del ordenador han mejorado sustancialmente. Tengamos en cuenta, por ejemplo, los programas de reconocimiento de voz (ej. *Via Voice*) en los que, en muchos casos, se consigue un alto porcentaje de acierto

en la plasmación textual de la voz (competencia fonológica); los conocidos buscadores de información en Internet (ej. Google), que rastrean documentos buscando cadenas de palabras similares a las sugeridas por el usuario, así como los procesadores de texto, que analizan si las oraciones están construidas de una forma gramaticalmente correcta (competencia sintáctica); o la capacidad, en algunos casos, de estos mismos buscadores de Internet para encontrar documentos que están relacionados, por campos semánticos, con las palabras que sugiere el usuario pero en los que dichas palabras no aparecen mencionadas (competencia semántica). El gran problema, a mi entender, es que a pesar de estos avances, el ordenador sigue sin poseer una competencia pragmática real, es decir, una capacidad real para extraer información de múltiples fuentes contextuales y combinarla con el enunciado emitido para acceder a interpretaciones que, a menudo, divergen sobremedida de la información literal que dicho enunciado aporta.

No obstante, si bien no podemos concebir el ordenador como interlocutor pragmático válido para entablar una comunicación realmente efectiva con el ser humano, este aparato sí es útil para otras muchas actividades, dentro de las cuales situaríamos una en concreto que puede (y debe) ser analizada por la perspectiva pragmática dentro de la lingüística, como veremos en el siguiente epígrafe.

2. CIBERPRAGMÁTICA

Estoy de acuerdo con Dresner y Dascal (2001) en que los avances (o, al menos, la ausencia de avances espectaculares) en las competencias fonológica, sintáctica y semántica del ordenador han ocasionado necesariamente un declive en el interés de los investigadores por las posibilidades *reales* de emular, en un ordenador, la capacidad de producción y comprensión del discurso que tiene el ser humano, su capacidad de extraer información de múltiples fuentes contextuales y combinarla de una forma efectiva con los enunciados para encontrar, a menudo, interpretaciones claramente divergentes en su significado final respecto al significado literal de dichos enunciados. Esto ocurre no sólo en los casos en los que la interpretación buscada diverge claramente del significado literal (esto es, cuando el significado es más *implícito*), como en el ejemplo [1b] citado con anterioridad, sino que también ocurre con operaciones básicas de contextualización para transformar una simple cadena gramatical de palabras (*forma lógica*) en una proposición plena de significado (proposición expresada), algo que puede observarse con claridad en las pésimas traducciones que nos ofrecen los denominados traductores de Internet (*Web Translators*).

Alguien puede argumentar que, por ejemplo, el conocido test de Turing, en el que un ordenador parece ser capaz de entablar una conversación, demuestra una cierta habilidad pragmática del ordenador, hasta tal punto que algunas personas incluso desconocen que están conversando con una máquina (este desconocimiento, si ocurre en un número determinado de casos, conlleva la superación del test). Pero no olvidemos que las condiciones y la temática de la conversación están controlados por el investigador y en ningún caso se observa en dichas conversaciones una capacidad real de, por ejemplo, ser irónico, bromear, aportar metáforas novedosas, usar hipérboles, etc.

Concluimos, por tanto, que la ausencia de avances significativos en la consecución de un ordenador claramente pragmático ha reducido, en parte, el interés de los investigadores y las previsiones de que dicha habilidad pragmática pueda conseguirse a corto o medio plazo. No obstante, el ordenador despierta un interés creciente en otros aspectos en los que los avances han sido, sin duda, vertiginosos. Dresner y Dascal (2001) los agrupan en cuatro áreas:

1. El ordenador como contenedor de información. El aumento en la capacidad de los *discos duros* permite un almacenamiento de todo tipo de información, desde galerías de imágenes hasta enciclopedias completas. Este aumento trae consigo un mayor abanico de posibilidades de interacción entre el usuario y el lector (por ejemplo, usar el ordenador para ver películas en formato DVD).
2. El ordenador como interfaz. El manejo del ordenador se ha visto facilitado por la mejora en la interfaz con el ordenador, cada vez más intuitiva y con una mejor combinación de texto e iconos.
3. El ordenador como manipulación de todo tipo de información. En la actualidad, los ordenadores manejan, en su peculiar lenguaje de unos y ceros, toda clase de información, desde los archivos musicales, a las imágenes, documentos de texto e incluso películas de vídeo.
4. El ordenador como entorno. Gracias al ordenador, podemos comunicarnos con otras personas que se encuentran en lugares distantes del planeta, usando para ello las diferentes opciones comunicativas que nos ofrece el ciberespacio virtual: correo electrónico, *chat*, *páginas web*, mensajes a los teléfonos móviles, etc. Nótese que ya no estamos hablando de avances en la comunicación del ser humano *con* el ordenador, sino de la comunicación que el ser humano establece con otras personas *mediante* el ordenador.

Siendo ésta última una comunicación entre seres humanos, el hecho de que dicha comunicación se establezca gracias a la mediación del ordenador no modifica la premisa inicial que subyace en toda actividad comunicativa humana, a saber, la búsqueda de información es una tendencia general del ser humano que está fuertemente enraizada en su propia biología. Cada vez que un ser humano se comunica con otro, se activa en el destinatario, y de forma automática, un proceso inferencial destinado a extraer del enunciado del emisor la información más interesante (o más relevante, como se sugiere en Sperber y Wilson 1986/95).

Sin duda, la forma más común (y contextualmente más informativa) de comunicación es la que los seres humanos establecen en situaciones de co-presencia física, esto es, cara a cara. Sin embargo, las operaciones inferenciales para obtener una interpretación óptima de los enunciados no varían sustancialmente en otros contextos menos densos en su capacidad informativa, como ocurre, por ejemplo, en los entornos virtuales. En éstos últimos los destinatarios también hacen hipótesis inferenciales y buscan un contexto adecuado que les permita interpretar correctamente los mensajes que reciben de los emisores. Lo que varía sustancialmente es la accesibilidad a la información contextual que tan esencial se ha revelado para poder interpretar correctamente los enunciados en cualquier situación comunicativa. Imaginemos la situación [2a], en la que tiene lugar el enunciado [2b]:

[2]

- a. [*Una tarde fría y lluviosa en Londres, dos personas atrapadas en un atasco*].
- b. [*Sonriendo, con un tono claramente irónico*] "Cuando un hombre está cansado de Londres, está cansado de vivir".

El oyente de [2b] tiene en su mano, gracias a las posibilidades que le ofrece el contexto en [2a], una serie de fuentes informativas que le llevan fácilmente a invalidar la posibilidad de que el hablante quiera comunicar el

significado literal del enunciado: (1) el hecho de que el enunciado sea una famosa cita que se opone a la forma cotidiana de comunicación; (2) el conocimiento enciclopédico del oyente respecto al clima de Londres; (3) la información proveniente del entorno físico (lluvia, frío...); (4) la sonrisa y el tono irónico de voz del hablante; y (5) posiblemente el conocimiento biográfico del oyente sobre el hablante y su opinión de Londres. Todo este cúmulo de fuentes informativas está disponible para que el oyente del enunciado [1b] pueda concluir que su interlocutor está siendo irónico con su enunciado. De nuevo, a la tarea preliminar de contextualización de la forma lógica del enunciado (ésta última, la simple identificación de la cadena hablada como una oración gramaticalmente correcta) para convertirla en una proposición con significado pragmático preliminar, el oyente en la combinación de la proposición resultante con su accesibilidad a la información proveniente de múltiples fuentes contextuales. El resultado es una rápida y eficaz interpretación del enunciado como irónico. Comparemos [2b] con el mismo enunciado, pero ahora *teclado* en un *chat*, y con la misma intención irónica dentro del diálogo [3]:

[3]

<Tom46> Eres hombre o mujer? Qué edad tienes? Desde dónde estás escribiendo?

<UBT40> Soy hombre, de 40. Estoy en Londres.

<Tom46> Londres? He ido un par de veces allí! Me pareció una ciudad interesante!

<UBT40> Genial, más bien... ;-) Ya sabes... cuando un hombre está cansado de Londres, está cansado de vivir!!".

<Tom46> Ya me gustaría estar allí, ya.

<UBT40> Para ser sincero, no me gusta esta ciudad. Ahora mismo está diluviando y odio los sitios tan húmedos. Tantos años en esta ciudad me causan un reuma impresionante. Por cierto, dónde estás tú?

<Tom46> En Benidorm.

<UBT40> Te la cambio por Londres!!!

En [3] el destinatario del enunciado sobre Londres no sabe que dicho enunciado remite a una célebre cita (de Dr. Johnson), no puede ver que está diluviando en Londres; no conocía al emisor (acaba de conocerlo en un *chat*), por lo que no podía utilizar la valiosa información sobre los gustos e intereses del emisor, como por ejemplo su odio a la humedad, y las graves consecuencias que ésta ha tenido en su salud, etc. Además, no puede intuir, dada la simplicidad y rigidez del texto escrito, ningún tono irónico o algún gesto que invalide la información literal del enunciado (el emisor lo intenta, de hecho, usando el *emoticono* del guiño [-:]), pero sin éxito). En pocas palabras, su accesibilidad a una información contextual que pueda combinarse productivamente con el enunciado para generar una interpretación implícita adecuada es mínima respecto a la riqueza informativa que poseía el interlocutor en el ejemplo [2].

La ciberpragmática se ocupa precisamente de las posibilidades del uso del lenguaje en el contexto de las nuevas tecnologías de comunicación virtual y, entre éstas, la red Internet, a la vez que analiza las operaciones de contextualización que llevan a cabo los usuarios para interpretar los mensajes virtuales que reciben en su ordenador a través de la Red. La diferente mediación del contexto en las situaciones cara a cara y virtual provoca diferentes resultados que deben ser explicados por esta pragmática orientada al estudio del lenguaje en entornos virtuales.

En los siguientes epígrafes analizaremos dos de los atributos que surgen en el estudio pragmático de la comunicación virtual: por un lado, la necesaria *compensación* que llevan a cabo los usuarios de Internet para suplir la ausencia de un determinado tipo de información contextual que suele ser esencial para la correcta interpretación de los mensajes pero que no existe en entornos virtuales; por otro lado, el *desconcierto* ante el interés que despierta esta variedad de comunicación electrónica a pesar de las deficientes posibilidades de contextualización que ésta posibilita. Ambos epígrafes estarán acompañados de los resultados de una encuesta que se repartió en mayo de 2001 a alumnos de Educación Secundaria Obligatoria (que a partir de ahora abreviaremos como "los de ESO") y de 3º y 4º de Filología (que a partir de ahora abreviaremos como "los de UNI").² En dicha encuesta, las relaciones más directas se establecieron entre la conversación oral, por un lado, y el *chat*, por otro (véase el modelo de encuesta en el [anexo](#)).

3. COMPENSACIÓN

Los alumnos encuestados son, en general, conscientes de la reducción de pistas contextuales en entornos virtuales respecto a las situaciones cara a cara (28,5% de los ESO y 51,8% de los UNI) al ser preguntados por el *chat* comparándolo con la conversación oral). Una posible explicación de la divergencia de porcentajes puede deberse a que los de UNI entran en el *chat* con una actitud de constante comparación con el medio comunicativo que les es más natural: la conversación cara a cara, mientras que los de ESO se mueven con mayor naturalidad dentro del *chat* (han crecido en un entorno ya altamente tecnológico y con redes como Internet ya sobreentendidas) y no son tan conscientes de la merma informativa respecto a la co-presencia física o no lo viven como una limitación a su expresividad. Pasemos a analizar brevemente las razones que sugieren para esta opinión:

1. Un 37,5% de los ESO y un 38,5% de los UNI destaca la irrealidad comunicativa que representa el *chat*, respecto a la riqueza informativa de la situación cara a cara. Esta afirmación es trasladable a otros aspectos como la temática conversacional.

2. Un 31,2% de los ESO y un 31,5% de los UNI piensa que la ausencia de una situación comunicativa cara a cara hace que sea más fácil mentir, sobre todo respecto a los atributos físicos, pero también respecto a la interacción entre la aparición de gestos espontáneos y la mentira, puesto que los gestos inconscientes (que suelen estar ausentes de la interacción virtual, donde casi todo es teclado porque el usuario *quiere* teclearlo) pueden delatar al mentiroso en contextos cara a cara. Por último, debemos añadir que un 9,6% de los ESO opina que la facilidad para mentir no es una limitación, sino justo al contrario: una ventaja de la comunicación virtual respecto a la comunicación oral cara a cara.

3. Un 25% de los ESO y un 24,5% de los UNI opina que la ausencia del canal visual en la interacción del *chat* es una razón importante a la hora de optar por una idea de subordinación de la comunicación virtual respecto a la conversación oral. Los gestos, la ropa, el entorno físico en el que tiene lugar la conversación, etc. son elementos esenciales que están ausentes en Internet (i.e., aquellos atributos contextuales que no son evidentes en la interacción y que los propios internautas han de proporcionar de forma textual). Sin embargo, muy pocos encuestados subrayan la ausencia del canal no verbal vocal (entonación, etc.) como relevante a la hora de hablar del *chat* como un medio limitado en su accesibilidad al contexto.

Por otra parte, un 55,3% de los ESO y un 49% de los UNI afirma que la ausencia de interacción cara a cara en el *chat* es, en realidad, una ventaja. Éstos se inscriben en la tendencia generalizada en la actualidad a huir de la riqueza comunicativa que proporciona, por ejemplo, la plaza respecto al centro comercial, el barrio tradicional respecto al suburbio (al estilo americano), o el *chat* virtual respecto a la conversación cara a cara. Entre las principales razones que aducen los que optan por la merma contextual en el *chat* como ventaja tenemos:

1. Un 9,6% de los ESO y un 35,1% de los UNI opina que la ausencia del aspecto físico en la interacción virtual permite a los más tímidos e introvertidos expresarse con una mayor libertad y sin estar sujetos a los condicionantes sociales que impone la co-presencia física. Esto es extensible a las personas que, por una razón u otra, se sienten acomplejadas por su físico y pueden expresarse con espontaneidad exigiendo del interlocutor una atención exclusiva a su discurso y sin los prejuicios que las personas suelen crear a partir del físico del interlocutor.

2. En esta misma línea se incluye el 25,8% de los ESO y el 24% de los UNI que opina que la ventaja del *chat* es que uno deja de estar obsesionado con su propio físico y con el físico de los interlocutores. Adicionalmente, un 9,6% de los ESO añade que el enigma de no saber cómo es el otro despierta mucho interés en los interlocutores virtuales, sobre todo en cuanto al intento de aprehender, de las mínimas pistas contextuales que proporcionan el medio virtual y los enunciados del usuario interlocutor, alguna información relevante para categorizar al interlocutor en un arquetipo social.

3. Otro 9,6% de los ESO y un 35,1% de los UNI opina que la ventaja del *chat* es que permite al usuario decir cosas que sería imposible decir cara a cara, algo extensible al uso de los mensajes textuales en el móvil. La imposibilidad de reaccionar con violencia al enfado, sorpresa, etc. del usuario interlocutor en el *chat* ofrece al usuario la oportunidad de ser sincero y decir lo que quiera sin temer la reacción adversa del interlocutor (algo que ha desembocado en un fenómeno, bautizado en inglés como *flaming*, que consiste en decir todo lo que al usuario le apetezca sin tener en cuenta las mínimas reglas de etiqueta social. Véase, a este respecto, Yus, 2001: cap. 5). En este sentido, un 11,1% de los UNI valora positivamente la merma en la expresión de sentimientos que ofrece el *chat*, lo que, en principio, debería haberse considerado como una limitación.

Podemos dividir en tres apartados principales los aspectos contextuales que los internautas deben compensar de forma textual y que habría estado disponible en situaciones de co-presencia física (cara a cara):

A. El cuerpo

Una de las fuentes más claras de identidad reside en el cuerpo como anclaje físico. Gil Calvo (2001), por ejemplo, comenta cómo en una época como la actual, de grandes cambios en la estructura socio-económica, en la que el patrón lineal del trabajo y la estabilidad de las relaciones matrimoniales ha entrado en crisis, el ser humano recurre sistemáticamente al culto al cuerpo como fuente unívoca de identidad. Este fenómeno explicaría el creciente (y, a menudo, obsesivo) interés por el cuidado del cuerpo en personas de ambos sexos.

En situaciones de comunicación cara a cara, del cuerpo de los interlocutores emana sin cesar una información referida a rasgos macro-sociales como el sexo, la raza, la complexión, la ropa, etc., además de la esencial información no verbal que la persona produce mientras habla (véase C. *infra*). Precisamente, el cuerpo está en boca tanto de quienes defienden los entornos comunicativos virtuales, como de quienes los rechazan. Los defensores aducen que los interlocutores virtuales, liberados de su presencia corpórea ante los demás, lograrán una comunicación más diáfana, liberada de los prejuicios que normalmente surgen ante la imagen visual de la persona, a la vez que la personalidad real del usuario no se verá enmascarada por los estereotipos sociales que emanan del cuerpo (cf. Yus, 2001: 53-54). Los detractores, por su parte, argumentan que la forma más *natural* de comunicación es la que tiene lugar en situaciones cara a cara, donde la conducta no verbal que produce el cuerpo de los interlocutores les ayuda a conseguir una interpretación correcta de los enunciados, y donde el cuerpo favorece una categorización del interlocutor. Este argumento se amplía, con posterioridad, al rechazo del término más general de "comunidad virtual".

En palabras de Weinreich (1997):

"¿Hasta qué punto pueden los contactos mediatizados constituir una comunidad? Creo que no pueden. Uno puede conocer a otras personas mediante la comunicación por ordenador. La Red proporcionará los medios para mantener contactos e interconexiones entre personas y organizaciones. Pero no formarán comunidades porque la comunicación por ordenador no puede sustituir la experiencia sensorial de conocerse unos a otros cara a cara. La confianza, la cooperación, la amistad y la comunidad se basan en contactos en el mundo sensorial. Uno se comunica mediante redes pero no vive en ellas".

En cualquier caso, en entornos virtuales, los usuarios deben compensar textualmente toda la información corporal que en situaciones cara a cara sería accesible para los interlocutores. Dicha compensación puede variar desde el uso de las denominadas *acotaciones icónicas* (3) (Yus, 2001: 136-138) a las detalladas descripciones que encontramos en entornos multi-usuario como los *MUDs*.(4)

B. La comunicación no verbal vocal

En los intercambios virtuales también está ausente una importante información que emana de las diferentes capacidades no verbales vocales que poseen los órganos fonadores del ser humano. Nos referimos a rasgos vocales como la entonación, el tono, etc., que los usuarios valoran sobremanera. Por ello los usuarios de *chats*, correo electrónico, etc. recurren a la deformación tipográfica del texto (repetición fonemática, dialecto visual, uso connotado de los signos de puntuación...) para dar a entender determinados rasgos vocales que acompañan al texto en la conversación oral y que no puede captar el interlocutor virtual.

Los estudiantes encuestados también señalan que la ausencia de cualidades vocales no verbales en el *chat* es una merma comunicativa respecto a la riqueza informativa de la conversación oral. Así opina un 41% de los ESO y un 40,9% de los UNI. Sin embargo, se puede afirmar que una razón por la que no se han logrado mayores avances en la comunicación virtual (a pesar de que tecnologías como, por ejemplo, el uso del teléfono por Internet, ya están disponibles y son muy baratas) es, precisamente, que los usuarios se sienten cohibidos si escuchan directamente la voz del interlocutor a través del altavoz del ordenador.

C. La comunicación no verbal visual

Los mensajes de Internet también adolecen de una merma informativa respecto a los enunciados intercambiados en contextos de co-presencia física. Nos referimos la información proveniente de la conducta no verbal de los interlocutores (gestos, posición, distancia personal (*proxémica*), comunicación táctil, etc.).

Uno de los principales problemas de la comunicación no verbal es que a menudo se solapa con la emisión de los enunciados verbales, produciendo efectos como la intensificación o la contradicción respecto al mensaje aportado de forma verbal. Por ejemplo, una de las formas más típicas de compensación textual de la conducta no verbal es el uso de *emoticonos*, composiciones tipográficas cuya unión (y una vez que el lector haya girado la vista 90 grados hacia la izquierda) parece formar diferentes expresiones de la cara y otros signos icónicos más sofisticados (sonrisa = :-)) enfado = :-(etc. Estos signos sólo pueden reflejar en *sucesividad* aquellos ejemplos de conducta no verbal que se superponen al enunciado verbal.

Además, el usuario de Internet suele *teclear*, de forma intencionada, los signos que transmite a otros usuarios, por lo que la información no verbal visual que emana sin intencionalidad del emisor no puede, en ningún caso, ser transmitida de forma eficaz. En Yus (2001, 129-130) se sugiere el ejemplo [4], en el que de todas las posibilidades interpretativas que listamos en [4a-f], el usuario de Internet sólo podría comunicar de forma eficaz [4a] y [4c] debido precisamente a la intencionalidad que *siempre* subyace en la emisión de enunciados textuales por Internet:

[4]

[Durante una visita de A, el anfitrión -B- bosteza].

- a. B bosteza intencionadamente para que A infiera que B desea que se vaya; A interpreta correctamente el acto ostensivo y decide marcharse.
- b. B bosteza intencionadamente para que A infiera que B desea que se vaya; A interpreta el acto ostensivo como un síntoma de que está cansado, pero cree que la información es exudada sin intencionalidad.
- c. B bosteza intencionadamente para que A infiera que B desea que se vaya; A interpreta correctamente el acto como ostensivo pero elige una interpretación alternativa del mismo, por ejemplo dar a entender que lo que está diciendo A es muy aburrido.
- d. B bosteza, por cansancio, sin que haya una intención en su ejecución; A interpreta correctamente tanto el acto como involuntario como la información que aporta (cansancio) como exudada.
- e. B bosteza, por cansancio, sin que haya una intención en su ejecución; A interpreta correctamente el acto como involuntario pero cree que la información que aporta es diferente de la que realmente originó la conducta (e.g. aburrimiento en lugar de cansancio).
- f. B bosteza, por cansancio, sin que haya una intención en su ejecución; A interpreta incorrectamente el acto como ostensivo y connota el acto de una intencionalidad que la conducta no posee.

4. DESCONCIERTO

La conclusión del epígrafe anterior parece ser clara: los usuarios de Internet escriben los enunciados que les gustaría estar diciendo y leen los enunciados que les gustaría estar oyendo. Una consecuencia de este fenómeno debería ser la superficialidad en la temática conversacional y, en última instancia, la reducción o interrupción de la iniciativa comunicativa. Este hecho se relaciona con que existe una importante merma en las posibilidades de contextualización y una limitación a la hora de generar la gama amplia de impresiones físicas compartidas por los interlocutores. Varias teorías parecen corroborar este hecho:

1. Teoría de la reducción de la incertidumbre (*uncertainty reduction theory*, cf. Parks y Adelman, 1983): la incapacidad para reducir la incertidumbre que se genera en la comunicación humana por la ausencia de pistas contextuales desemboca en una supresión (o al menos un retardo) en el desarrollo de relaciones personales.
2. Teoría de la reducción en las pistas del contexto social (*reduced social context cues theory*, cf. Sproull y Kiesler, 1986): se centra en la afirmación de que una disminución de la información del contexto social, los aspectos del entorno físico (incluidas las pistas visuales, auditivas, etc.), y las pistas sobre el nivel social del interlocutor conducirán a una mayor sensación de anonimidad, de impersonalidad y a una pérdida de empatía con el interlocutor.
3. Teoría de la presencia social (*social presence theory*, cf. Byrne, 1984): la capacidad de un determinado medio para transmitir información sobre la expresión facial, mirada, posturas etc, altera la presencia social de los interlocutores. En principio, a medida que decrece esta información, el individuo tiende a prestar menos atención a la presencia de otras personas y, al mismo tiempo, los mensajes tienden a hacerse menos personales. Según esta hipótesis, la conversación virtual debería tender a una total despersonalización en la interacción, y a una ausencia total de intersubjetividad ante la falta de pistas contextuales apropiadas (Yus, 2001: 123).

Sin embargo, hablamos de *desconcierto* en este epígrafe porque, en contra de las conclusiones de estas teorías, los usuarios de Internet parecen estar más que satisfechos con el uso que hacen de sus posibilidades interactivas y, en muchos casos, incluso prefieren la comunicación por ordenador a la comunicación real cara a cara. En Yus (2001: 89) se recogen algunos testimonios citados en diferentes publicaciones:

"Es una sensación rara. Lo más raro es que me gusta. Obtengo un placer distinto al poder entablar diálogos con muchas personas diferentes y, sin embargo, mantener una sensación de soledad. Lo que más me asusta es que en muchas ocasiones me gusta más la comunicación que realizo por ordenador que hablar con las personas reales con las que entro en contacto diariamente cara a cara".

"Lo que ocurre aquí [en la red] ES vida real, tan real como el teléfono, que se considera un medio de comunicación mucho más aceptable para los contactos cotidianos. Con el teléfono escuchas la voz, con la red ves las palabras. ¡Para mí no hay tanta diferencia! (énfasis en el original).

Como ya se ha apuntado, esta tendencia a preferir los entornos virtuales a los entornos de co-presencia se inscriben en la evolución actual de las sociedades, en las que el modelo "disperso" de ciudad americana parece imponerse en todo el mundo, esto es, ciudades en las que el centro ha sido reemplazado por el centro comercial (*mall*), en las que el deseo de vivir en el corazón de la ciudad ha sido sustituido por los suburbios deshumanizados y, finalmente, donde la comunicación cara a cara entre vecinos se ha sustituido por intercambios *seguros* a través de Internet. Echeverría (1999) también ha comentado un desplazamiento vital cuando argumenta que existen tres entornos de interacción humana: la naturaleza (ej. el campo), la ciudad (i.e., la *polis*), y el espacio virtual de las telecomunicaciones (i.e., *telépolis*), que se corresponden con la sociedad agraria, la sociedad industrial y la sociedad de la información, respectivamente.

A la vez, muchas de las teorías antes mencionadas han sido matizadas en otros estudios que sugieren o bien una posibilidad de compensación alternativa a la falta de información contextual, o la hipótesis de que si bien

algunos aspectos contextuales decrecen y producen una reducción en el interés de los interlocutores virtuales por la relación interpersonal en general y, en concreto, por la conversación en curso, otros aspectos tienden de hecho a ser más valorados (incluso sobrevalorados) en entornos virtuales. Esta es, precisamente, la hipótesis corroborada en Hancock y Dunham (2001). Estos autores descubrieron que, a pesar de la reducción en la información contextual, los interlocutores virtuales tienden a sobrevalorar las mínimas pistas contextuales que obtienen (o deducen) sobre los demás, lo que desemboca en impresiones positivas o negativas más intensas y exageradas (p. 328). Aunque las limitaciones contextuales de la interacción virtual son obvias, tras un cierto lapso de tiempo estas interacciones muestran una mayor intensidad de la prevista por los analistas de las teorías antes mencionadas.

Otra teoría, el modelo hiperpersonal (*hyperpersonal model*, cf. Walther, 1996) sugiere que los internautas tenderán a crear imágenes arquetípicas de sus interlocutores y a exagerar las mínimas pistas contextuales a su alcance; pero también predice que éstos aprenderán con rapidez a aprovechar las fuentes contextuales de las que disponen para generar una auto-presentación virtual adecuada. Muchas de las fuentes contextuales que poseen poca importancia en situaciones cara a cara adquieren una importancia vital en entornos virtuales.

Un ejemplo que nos muestra el sorprendente apego del uso de la interacción virtual se encuentra en una de las preguntas que se realizaron en la encuesta. A los estudiantes se les preguntó si preferían teclear sus mensajes en el *chat* o, dado el caso, cambiarían el teclado por la posibilidad de hablar por teléfono (conectado a Internet) con esa misma persona del *chat*. Un 46,4% de los ESO y un 47,2% de los UNI opina que la comunicación por teclado es más conveniente que la misma comunicación mediante el teléfono, mientras que un 41% de los ESO y un 36,3% de los UNI prefiere la comunicación por teléfono conectado a Internet. Entre las razones que apuntan los encuestados para una u otra opción destacamos:

A. Para el uso del teclado

Un 42,3% de los ESO que optan por el teclado subrayan el carácter despersonalizado de éste como una ventaja sobre la (amenazante o inquietante) presencia de la voz en el teléfono. Lo mismo opina un 32,6% de los UNI que optan por el teclado. En palabras de uno de los encuestados:

"[Con un] desconocido no me daría tanta vergüenza [*chatear*] como hablar por teléfono ya que por teléfono el otro puede intuir cambios en el tono de voz que delatan la situación de vergüenza o nervios".

En segundo lugar, un 30,7% de los ESO y un 32,6% de los UNI opina que el teclado otorga al usuario un mayor control en la interacción, posibilitando, por ejemplo, el pensar y reflexionar sobre qué se va a decir, e incluso interrumpir la comunicación bruscamente sin necesidad de recurrir a las estrategias de cortesía. En tercer lugar, un 15,3% de los ESO y un 17,3% de los UNI cree que el uso del teclado es más cómodo que el uso del teléfono conectado a Internet, al menos en el momento actual de su avance tecnológico. Finalmente, un 9,6% de los UNI encuentra el uso del teclado más divertido que el uso del teléfono, a pesar de las limitaciones que impone la lentitud del texto escrito sobre la inmediatez de la comunicación oral.

B. Para el uso del teléfono

Un 41% de los ESO y un 36,3% de los UNI opina que sería mejor, sobre el papel, poder hablar mediante un teléfono conectado a Internet. Entre las razones que aportan para tal preferencia destacamos la riqueza informativa que proporciona el teléfono respecto a la frialdad del texto tecleado (un 43,4% de los ESO y un 52,5% de los UNI que optan por la misma preferencia). Como apunta uno de los encuestados, "es más fácil saber lo que realmente quiere decir alguien a través de su tono de voz: si está siendo irónico o gracioso, o si está hablando en serio".

En segundo lugar, un 17,3% de los ESO y un 27,5% de los UNI destaca que la comunicación por teléfono es más directa y personal, muy en relación con la razón anterior. Por último, un número reducido de encuestados opina que la ventaja del teléfono es su rapidez (un 17,3% de los ESO y un 2,5% de los UNI) y su comodidad (un 4,3% de los ESO).

5. PRAGMÁTICA, INTERNET Y EL IDIOMA ESPAÑOL

Cuando dos usuarios se comunican entre sí a través de Internet, no sólo transmiten información directamente relacionada con el contenido de los enunciados intercambiados, sino que también pueden inferir una determinada información referida al uso concreto de las convenciones de uso de Internet. Un usuario puede sorprenderse (de forma positiva o negativa) ante el mayor o menor dominio de, por ejemplo, las abreviaturas de uso común en los intercambios por Internet. No olvidemos que las jergas sirven para un importante propósito dual: por un lado, determinar el derecho del usuario a pertenecer al grupo que usa la jerga y, por otro lado, generar fronteras de uso discursivo con otros grupos de hablantes con los que el ser humano no desea ser confundido. En situaciones orales, esta sumisión a una determinada jerga discursiva suele ir acompañada de determinados atuendos que facilitan su adscripción a un grupo social determinado (ej., las denominadas tribus urbanas). Un ejemplo en entornos virtuales es el uso de abreviaturas y acrónimos en los mensajes mandados a los teléfonos móviles, verdaderos jeroglíficos que permiten a los adolescentes comunicarse sin la interferencia de los mayores.

Además del uso de abreviaturas y acrónimos (algunos ya codificados en los textos que se mandan cotidianamente por la red y otros más novedosos) los mensajes que los usuarios intercambian en Internet suelen contener un alto porcentaje de anglicismos y calcos del inglés, como correlato de la tendencia general del lenguaje informático a usar vocablos de una lengua, el inglés, que se ha convertido, ya desde la creación de la red Internet, en verdadera *lingua franca* de comunicación virtual. El uso excesivo de estos anglicismos ha generado una cierta alarma entre los lingüistas y especialistas en Internet, que prevén una paulatina relajación en el uso del español por parte de los *internautas*.

La pragmática situaría el uso de los anglicismos (y su paralela tendencia a perdurar o perecer) en la fase interpretativa que va desde la *forma lógica* del enunciado, esto es, la identificación inicial del enunciado como una serie de palabras organizadas de una forma gramaticalmente correcta, hasta la proposición expresada por el enunciado, una *proposición* que resulta de la aplicación, sobre la forma lógica, de diferentes operaciones de contextualización, como son la desambiguación, la asignación de referentes, etc. En [5-8], la parte que sugerimos entre corchetes podría ser, en un contexto dado, la información que permitiría al oyente una conversión de las descontextualizadas formas lógicas (FL) en proposiciones ya contextualizadas (PC) (véase Yus, 2001: 38):

[5]

a. ¿Dónde estaba?

b. FL: Estaba volcada en su tesis.

b. PC: [¿María? ¿la limonada?] estaba volcada [¿enfascada? ¿caída?] en su tesis.

[6]

a. ¿Dónde estaba?

b. FL: Estaba sobre la mesa.

b. PC: [¿Nuestro gato?] estaba [echado] sobre la mesa [¿que hay en el comedor?].

[7]

a. ¿Llamo a Carmen por teléfono?

b. FL: No deberías

b. PC: No deberías [¿usar el teléfono? ¿hablar con Carmen?].

[8]

a. FL: El armario es demasiado grande.

b. PC: El armario [¿del dormitorio?] es demasiado grande [¿para pasar por la puerta?].

Es en esta fase inferencial de la comprensión de enunciados en la que se está librando la batalla por el uso del español en Internet, sobre todo en la operación inferencial de asignación de referentes. En efecto, todo hablante nativo interioriza una configuración personal de correspondencias entre las palabras que dice y comprende, por un lado, y los conceptos que dicho hablante hace corresponder con dichas palabras. Dicha correspondencia no es siempre, por supuesto, de uno-a-uno (y cuando lo es, a menudo no existe una simetría conceptual respecto al significado canónico de la palabra). A menudo la palabra y el concepto parecen relacionarse de una forma (más o menos) unívoca, pero con frecuencia la relación entre el concepto y la(s) palabra(s) (entre el *léxico* mental y el público del hablante, cf. Sperber y Wilson, 1997) es parcial, con relaciones del tipo uno-a-muchos, muchos-a-uno, o una mezcla de ambos.

Cuando el usuario de Internet encuentra una palabra en un mensaje tenderá de inmediato de buscar un referente para ella, del mismo modo que buscará un referente para las palabras a las que remiten las siglas o acrónimos utilizados por el usuario-remitente. Dicha operación puede ser automática, en cuyo caso la relación entre la palabra y su referente probablemente estará *normalizada* o codificada en la jerga de uso común en Internet. Si se trata de un vocablo de origen inglés y la contextualización del enunciado conlleva una unión automática entre palabra y referente (y, además, es algo compartido por un alto porcentaje de usuarios), probablemente la batalla por el uso de un vocablo español equivalente estará perdida. No importará, por ejemplo, que desde instancias prescriptivas se diga que el vocablo correcto es *cederrón*. Los usuarios seguirán usando CD-ROM si su uso está ya claramente normalizado. Y viceversa, si un término español ya se ha afianzado como la palabra de uso común para hacer referencia a algún concepto, entonces el uso de un anglicismo equivalente llamará la atención del usuario-destinatario, que tenderá a rechazarlo como parte del uso *natural* de la lengua a pesar de que pueda entenderlo (por supuesto, el hecho de que el otro usuario haya utilizado ese término en concreto puede ser, en sí mismo, muy relevante, ya que genera supuestos sobre el grado de dominio de la jerga de uso en Internet).

Otras veces, un alto porcentaje de usuarios posee varias posibilidades en su léxico público –las palabras que conoce– y que pueden ser candidatas para relacionarse con un mismo concepto. Si una de ellas es de origen inglés y la otra es de origen español y están almacenadas con una accesibilidad mental similar, se puede todavía luchar por la implantación del término español (y el paralelo rechazo final del término análogo inglés), sobre todo teniendo en cuenta que en muchas ocasiones el uso del anglicismo es totalmente gratuito y no viene a llenar el vacío de un concepto para el que no tenemos equivalente discursivo en nuestra lengua. Por ejemplo, es muy probable que los anglicismos en [9a] y [9b] no sean bien recibidos por el destinatario si su equivalente en español ya está aceptado como el término para referirse al programa (9a) y al hipertexto (9b) que se utiliza para acceder a las páginas de Internet:

[9]

a. El otro día me instalé en el ordenador un [browser / navegador] muy bueno que acaba de fabricar Microsoft.

b. El otro día entré en la página principal de la universidad y descubrí que han colocado un [link / vínculo] a otra página en la que hay un listado de los aprobados en la oposición.

Cuál será el futuro de la configuración léxica del vocabulario de uso en Internet por parte de un alto porcentaje de usuarios es imprevisible, pero hay, sin duda, ámbitos de uso común que pueden todavía ser objeto de debate sobre su posible implantación o erradicación. La influencia, en estos casos, de las compañías que fabrican los programas informáticos (en su mayoría anglosajonas) a la hora de ofrecer al usuario una versión en español de sus programas es esencial, así como la influencia del vocabulario que se usa en las revistas informáticas especializadas. En general, la tendencia más común suele ser la de favorecer el uso de un español neutro que permita a personas de diferentes comunidades de habla española usar un mismo programa. El ejemplo más claro es el propio término *ordenador*, usado normalmente en España, pero que en Hispanoamérica recibe el nombre de *computadora*. Aunque el uso de estos términos es omnipresente en cada una de las respectivas comunidades de habla, el entorno Windows de Microsoft siempre se despidió del usuario con la frase “ahora puede apagar el equipo”, en la que el término neutro *equipo* intenta buscar un hueco y normalizar un uso pan-cultural del término (cf. Millán, 1997, 2001).

Del mismo modo, el paso inferencial desde la descontextualizada forma lógica hasta la contextualizada proposición puede llegar a exigir un alto esfuerzo de procesamiento si el usuario recurre, de forma sistemática, a abreviaturas y acrónimos en sus mensajes. El caso paradigmático es el uso de mensajes cortos en el móvil, un verdadero jeroglífico, como ya hemos dicho, para los que no están acostumbrados a enriquecer inferencialmente dichos *mensajes* (5) y también ocurre en la compensación textual (oralización) del texto escrito en el *chat* para acercarlo, en lo posible, a la inmediatez y rapidez del habla. De nuevo, se ha dado la voz de alarma sobre la relajación del idioma que comporta el uso de dichas abreviaciones.

En principio, la pragmática explicaría este fenómeno como un evidente aumento en la exigencia de esfuerzo de procesamiento en la fase de contextualización que se vería reducido paulatinamente conforme las diferentes abreviaciones y acrónimos pasaran a formar parte del vocabulario común (i.e., codificado) del uso de estos mensajes (algo que puede verse favorecido por la publicación de diccionarios de bolsillo que ofrecen al usuario las abreviaturas más utilizadas en esta variedad de comunicación). ¿Qué opinan nuestros estudiantes encuestados? Un 46,4% de los ESO y un 47,2% de los UNI está de acuerdo en que el uso de los *chats* y los mensajes abreviados en los móviles puede suponer una amenaza para el uso correcto de la lengua, mientras que 48,2% de los ESO y un 50,9% de los UNI no está de acuerdo. Entre las razones para

una u otra elección, tenemos:

A. De acuerdo

Un 34,6% de los ESO y un 48% de los UNI opina que esta escritura abreviada afecta a la escritura en otros contextos más formales (como ya se ha detectado, por ejemplo, en los exámenes de la Educación Secundaria). La ortografía no es el fuerte de los más jóvenes y, si utilizan de forma sistemática el *chat* y el texto de móvil para comunicarse y escribir, la abundancia de abreviaturas les perjudicará más. Esta influencia negativa es ampliable a las tecnologías informáticas en general, que normalmente realizan automáticamente tareas de corrección gramatical e incluso de estilo que pueden llevar a una relajación en el control ortográfico del usuario. En palabras de un encuestado:

"Es cierto que hay menos preocupación [por el uso correcto de la lengua]. Por ejemplo, el ordenador te corrige directamente las faltas y no nos fijamos cuando son [cometidas]. Pero si dedicas tiempo a la lectura, por ejemplo, no hay problema".

Por otra parte, un 15,3% de los ESO y un 9,6% de los UNI aporta, como razón primordial de esta relajación la exigencia técnica de los 160 caracteres por mensaje que imponen las compañías de telefonía.

Por último, en un segundo plano, tenemos la necesidad de compensar, en el acto de pulsar las letras en el teclado, la rapidez normal que tendría una conversación oral (11,5% de los ESO y un 9,6% de los UNI).

B. No de acuerdo

Un 33,3% de los ESO y un 55,3% de los UNI opina que no se puede hablar de relajación en el uso de la lengua por culpa de los *chats* y los mensajes en el móvil por la simple razón de que se trata de lenguajes muy diferentes que, por tanto, no interfieren entre sí cuando se usan cotidianamente. En palabras de algunos encuestados:

1. "De una forma u otra todos utilizamos abreviaturas y eso no supone que decaiga el dominio de la lengua. Todo es cuestión de ser consciente de cada tipo de situación y de la variedad [lingüística] que requiere".
2. "No es relajar el uso de la ortografía; es crear un nuevo tipo de lenguaje para un nuevo canal de comunicación. Este lenguaje no es aplicable a otras áreas y los jóvenes somos conscientes de ello".
3. "Es muy fácil acostumbrarse a utilizar abreviaciones, pero creo que este lenguaje relajado sólo se utiliza en ciertas situaciones: en el *chat*, en los mensajes a móviles... no en textos que han de ser gramaticalmente correctos".

En segundo lugar, un 7,4% de los ESO y un 26,7% de los UNI señala que es exagerado hablar de "relajación" por culpa de los *chats* o los mensajes enviados a los móviles, si bien no descartan alguna influencia negativa en el uso normal de la lengua. Muchos encuestados ven natural la incorporación de vocablos ingleses calcados en el uso del español:

"No creo que [el inglés] sea una amenaza para la lengua española. Más bien es un impedimento para la gente que tiene un bajo nivel de inglés. No hay por qué evitar el uso de vocablos ingleses".

Del testimonio anterior podemos deducir que para algunos jóvenes el uso de anglicismos no es un problema. Concretamente, un 25% de los ESO y un 38,1% de los UNI opina que el omnipresente inglés como *lingua franca* de uso en Internet es una amenaza para la lengua española, mientras que 51,7% de los ESO y un 56,3% de los UNI opina lo contrario.

Entre las razones a favor de una contaminación del español por culpa del inglés tenemos las siguientes: Un 28,5% de los ESO y un 59,5% de los UNI reconoce que no hay necesidad de utilizar muchos de los anglicismos que aparecen con frecuencia en la comunicación virtual e incluso en la comunicación cotidiana. Por contra, un pequeño porcentaje de los encuestados sugiere que deberían ser traducidas al español todas las *páginas web* que están disponibles en inglés.

Entre los encuestados que rechazan la posibilidad de que exista efecto pernicioso del inglés sobre el español, tenemos un 48,2% de los ESO y un 27,4% de los UNI que cree que no hay necesidad de limitar el uso de anglicismos en el idioma español. No en vano, un adicional 6,8% de los ESO y un 27,4% de los UNI reconoce que el inglés es, de hecho, la lengua de uso en Internet. Añadiremos a estas afirmaciones un 30,6% de los UNI que, desde su óptica de alumnos de Filología, opina que los préstamos –como los anglicismos y calcos– tienen incluso un efecto enriquecedor sobre el español aportando un mayor número de alternativas lingüísticas para las ideas que se desea transmitir. En este punto es interesante citar un editorial de la revista *Web* (citado en Millán, 1997) en el que se percibe con claridad el apego de muchos usuarios de la informática al uso de anglicismos:

"[...] cómo soluciono la papeleta que se me plantea para hablar de una acción tan cotidiana en la vida del cibernauta como es el *linkar* (algo así como el *zapear* para el televidente) ¿De qué otra manera voy a llamar yo a ese desplazamiento compulsivo del cursor sobre la página web? ¿Enlazar? ¡Seamos serios, por favor! [...] Y explíqueme por qué tendría que renunciar [...] a buscar parientes del omnipresente "correo electrónico" para no aburrirles a ustedes repitiendo siempre los mismos vocablos. ¿Es que mailear o e-mailear tienen que proscribirse por ser hijos naturales de la lengua de Shakespeare reconvertidos al castellano?" (editorial en la revista *Web*, 1996).

NOTAS

1. Sobreentendida porque la búsqueda de una proposición que dé sentido a la cadena de palabras que se ha oído es una actividad enraizada en todo ser humano. En general, oír una serie de palabras desencadena de inmediato una operación inferencial que consta de (a) la identificación de la *gramaticalidad* de la secuencia de palabras escuchada, (b) la transformación de la forma lógica resultante en una proposición contextualizada; y (c) usar dicha proposición como un paso intermedio hacia la elección final de una interpretación explícita o implícita del enunciado. Véase Sperber y Wilson (1986/95) para un análisis detallado de este proceso interpretativo.

2. Encuesta repartida, a finales de mayo de 2001, a tres grupos de 3º y 4º de Educación Secundaria (57 alumnos de 15-16 años) y tres grupos de 3º y 4º de Filología (110 alumnos de 20-21 años) con preguntas sobre el uso de Internet (concretamente, de los conocidos *chats*) y de otras formas de comunicación virtual como el mensaje corto enviado al teléfono móvil. Nótese cómo a pesar de la escasa diferencia de edad, las nuevas generaciones de españoles han crecido inmersas ya en un mundo en el que Internet es una herramienta de búsqueda de información e interacción cotidiana. No en vano, sólo el 27,2% de los UNI es usuario habitual de los conocidos *chats*, comparado con un 55,3% de los alumnos de ESO.

3. El nombre está tomado de las acotaciones teatrales, puesto que se trata de descripciones de la conducta

no verbal que se intercalan en los diálogos virtuales. El hecho de que dichas acotaciones aparezcan normalmente en tercera persona nos hace pensar que son instrucciones teatrales para personas que, en entornos virtuales, representan un papel ante su invisible audiencia.

4. Como se comenta en Yus (2001: 86), los MUDs son entornos virtuales de Internet prácticamente desconocidos en España, mientras que el *chat* tiene numerosos adeptos. El MUD es parecido al *chat*, pero con diferentes posibilidades interactivas, sobre todo la de poder vivir auténticas aventuras en boca del personaje elegido para la interacción virtual. Otro rasgo típico del MUD es la descripción textual de los ambientes en los que se desarrolla la interacción, un ambiente que, en programas de MUD avanzados como *The Palace*, incluso es generado visualmente por el propio programa, incluidos los cuerpos virtuales de los participantes.

5. El móvil ha producido una clara reestructuración del término "virtual", que últimamente remitía sobre todo al ciberespacio de Internet. Si tenemos en cuenta que muchos usuarios mandan mensajes a un móvil desde Internet y pueden recibir mensajes electrónicos (*e-mails*) en su móvil, debemos ampliar el término también a la comunicación entre teléfonos móviles.

REFERENCIAS

Byrne, Elisabeth (1994) *The Formation of Relationships on Internet Relay Chat*. Sydney, Universidad de Western Sydney, BA Thesis. [<http://www.uq.edu.au/~ensrinte/work/irc/academic/byrne-e-cyberfusion-1993/thesis1.html>] (con acceso: 6-8-2001).

Dresner, Eli y Marcelo Dascal (2001) "*Semantics, pragmatics, and the digital information age*". *Studies in Communication Sciences* 1: 1-22.

Echeverría, Javier (1999) *Los señores del aire*. Barcelona: Destino.

Gil Calvo, Enrique (2001) *Nacidos para cambiar*. Madrid: Taurus.

Hancock, Jeffrey T. Y Philip J. Dunham (2001) "*Impression formation in computer-mediated communication revisited. An analysis of the breadth and intensity of impressions*". *Communication Research* 28(3): 325-347.

Millán, José Antonio (1997) "*Internet, una red para el español*". Ponencia presentada en el Primer Congreso Internacional de la Lengua Española, Zacatecas, México, 7 al 11 de abril de 1997. [<http://jamillan.com/internet.htm>] (con acceso: 6-8-2001).

Millán, José Antonio (2001) *Internet y el español*. Madrid: Fundación Retevisión.

Parks, M.R. y M.B. Adelman (1983) "*Communication networks and the development of romantic relationships: An expansion of uncertainty reduction theory*". *Human Communication Research*, 10: 55-79.

Sperber, Dan y Deirdre Wilson (1986/95) *Relevance. Communication and Cognition*. Oxford: Blackwell.

Sperber, Dan y Deirdre Wilson (1997) "*The mapping between the mental and the public lexicon*". UCL Working Papers in Linguistics 9: 107-125.

Sproull, L. Y S. Kiesler (1986) "*Reducing social context cues: Electronic mail in organizational communication*". *Management Science* 32: 1492-1512.

Walther, Joseph B. (1996) "*Computer-mediated communication: Impersonal, interpersonal, and hyperpersonal interaction*". *Communication Research* 23: 3-43.

Walther, Joseph B. (1999) "*Visual cues and computer-mediated communication: Don't look before you leap*". San Francisco: Annual Meeting of the International Communication Association. [<http://www.rpi.edu/~walthj/ica99.html>] (con acceso: 6-8-2001)..

Weinreich, F. (1997) "*Establishing a point of view toward virtual communities*". *Computer-Mediated Communication* 3(2). [<http://www.december.com/cmcmag/1997/feb/wein.html>] (con acceso: 6-8-2001).

Yus, Francisco (2001) *Ciberpragmática. El uso del lenguaje en Internet*. Barcelona: Ariel.

ANEXO: MODELO DE ENCUESTA

1. Eres un usuario de los conocidos *chats*? Sí () No ()
2. ¿Cuál es la principal razón para que los uses?
3. ¿Crees que el no conversar cara a cara con la otra persona en el *chat* es una limitación o una ventaja?
¿Por qué?
.....
.....
.....
.....
4. ¿Qué echas de menos en la conversación por *chat* respecto a la conversación cara a cara?
() Ver los gestos del interlocutor () Escuchar el tono de voz del interlocutor
() Ver los rasgos físicos del otro () Ver la ropa que lleva la otra persona
() Nada. Lo visual del otro no importa () Ver la habitación desde donde teclea el otro
() Otras.....
.....
5. Si pudieras elegir entre *chatear* con un desconocido a través del teclado, y hablar con esa misma persona a través de un teléfono conectado a Internet ¿qué preferirías? ¿por qué?
.....
.....
.....
6. ¿Cuál crees que es la razón del éxito del *chat*?
() La gente tiene miedo de hablar cara a cara con otras personas
() La gente quiere hablar con otras personas y el *chat* es un medio de conseguirlo
() La gente se siente insegura si tiene que hablar cara a cara con quien no conoce

() El *chat* es la única forma de hacer amigos más allá de tu ubicación geográfica

() Otras.

7. ¿Usas los mensajes del teléfono móvil? Sí () No ()

8. ¿Qué ventajas crees que tienen respecto a la llamada de teléfono tradicional?

() Son más baratos () No invaden el terreno del otro como la llamada

() Evitan situaciones embarazosas () Permiten decir lo que no dirías en una llamada normal

() Son señal de identidad juvenil () Son como recibir carta en un móvil

() Otras.

9. ¿Puedes transcribir estos mensajes típicos de móvil?

tngo mvid fmily sbdo

bss wps kuntam n *chat*.

10. Los “mayores” están muy preocupados porque el uso de las nuevas tecnologías hace que los jóvenes “relajen” su uso de la ortografía (no usan acentos, hacen abreviaciones, suprimen palabras no esenciales...) y ello puede hacer que decaiga el dominio de la lengua entre los jóvenes. ¿Estás de acuerdo?

.
.
.

11. Por último, ¿crees que el uso casi obligado del inglés en Internet es una amenaza para la lengua española? ¿Deberíamos, por ejemplo, evitar el uso de vocablos de origen inglés en nuestras conversaciones?

.
.
.
.