

Ciberpragmática, El uso del Lenguaje en Internet,

FRANCISCO YUS. Ariel, Barcelona 2001.

La comunicación humana ha adquirido una nueva dimensión: la telemática. Actualmente ya es patente la existencia de una Cibersociedad transcultural, aunque globalizada al estilo anglosajón. Esta nueva manera de desenvolvernarnos nos obliga a redefinir el uso de la comunicación, porque han surgido nuevos tipos de relación antes improbables, nuevas formas de conducta y, sobretodo, nuevos contextos.

Francisco Yus ha analizado a fondo varios estudios y nos ofrece una síntesis desde una perspectiva necesariamente holística para comprender qué es ahora la competencia comunicativa y su correlato lingüístico en la red.

El lenguaje en Internet es dinámico y tiene una vocación notablemente interactiva. La ciencia capaz de explicar este fenómeno es la pragmática, por ser una perspectiva multidisciplinar que posee una concepción dinámica de la filología y una visión objetiva en el estudio del contexto que no entra en valoraciones de tipo filosófico o sociológico. Yus enmarca detalladamente su metodología: la Teoría de la Relevancia de Sperber y Wilson (1986-1995), avalada por sus múltiples posibilidades de aplicación, es la base del análisis. Son numerosas las críticas que se han hecho a la calidad de la comunicación en Internet, sobretodo en la comunicación síncrona (chat), por su falta de convencionalidad. Sin embargo, lo hablado y lo escrito son dos usos de un mismo sistema, por lo que el resultado no debe ser ni mejor ni peor, tan sólo diferente y alternativo. Esa parece ser la filosofía del autor, que mantiene cierta distancia con las opiniones de detractores y defensores, y se limita a indicar las posibilidades de la comunicación virtual.

El punto de partida del estudio es la ubicación del uso del lenguaje dentro del *continuum* oral/escrito. El uso interactivo del lenguaje en internet es un híbrido entre ambos que Yus bautiza como texto escrito oralizado. El principal obstáculo para interpretar adecuadamente los enunciados es la ausencia de contexto, en este caso de la información no verbal, paralingüística y del desconocimiento del entorno cognitivo de los interlocutores.

En Internet, tanto la identidad personal como la grupal son maquinaciones intelectuales que invierten sus papeles. Frente a la idea de que Internet es un medio que despersonaliza, el autor sostiene que ante la ausencia de información no verbal, el *yo* se ve liberado de prejuicios, con lo que puede enfatizar o modificar su personalidad. Por un lado, la comunicación por Internet permite la definición de identidades y una nueva

presentación del yo en el entorno virtual. Por el otro, permite al emisor distanciarse de sus propios enunciados.

La textualidad del mensaje online tiene su correlato en una hiperdependencia de las estrategias textuales. A ellas dedica el autor gran parte de su estudio. Los usuarios dan muestra de una gran imaginación a la hora de solventar la ausencia de los canales corpóreos, creando los metacontextos, auténticos escenarios donde se desarrollan los emotextos. Finalmente, los usuarios consiguen compensar la frialdad del medio y alcanzar niveles de subjetividad similares al caracara. Estrategias como los emoticonos, las acotaciones icónicas o el uso de las Cibermaneras, entre otros, son inherentes a la comunicación por Internet, lo que dota a la conversación virtual de estatus propio (podríamos hablar de una nueva destreza interactiva). En estas estrategias subyacen significados simbólicos válidos para la comunidad de usuarios y al mismo tiempo su uso aporta a la transcripción oral una vertiente lúdica muy valorada por los usuarios.

Yus afronta el reto de dar una explicación a lo que se nos muestra como una paradoja. Por un lado, desde la óptica del modelo inferencial, los usuarios se ven obligados a hacer frente a importantes limitaciones discursivas. Sin embargo, no sólo consiguen comunicarse efectivamente, sino que disfrutan plenamente de sus actos de comunicación. El uso de estrategias es inherente a la comunicación humana y en este libro está la clave para comprender como la comunicación consigue abrirse paso.