



UNIVERSIDAD DE A CORUÑA
FACULTAD DE FILOLOGÍA
GRADO EN ESPAÑOL: ESTUDIOS LINGÜÍSTICOS Y
LITERARIOS

Cibermaneras: estudio de las estrategias de cortesía
utilizadas en Internet

Vo. y Pe. del tutor:

GONZALEZ
GARCIA
LUIS



Tutor: Luis González García

Alumna: Lorena Suárez Allegue

Año académico 2021-2022

Índice de contenidos

Resumen	ii
Introducción.....	1
Parte 1. Cortesía y netiqueta.....	4
1.1. La (des)cortesía y el contexto.....	4
1.2. Cortesía y relevancia	7
1.3. El Principio de Cooperación y el Principio de Cortesía.....	8
1.4. El modelo de Brown & Levinson.....	10
1.5. La <i>netiqueta</i> o las cibermaneras	13
Parte 2. Análisis de ejemplos	16
2.1. Goodreads.....	17
2.2. Twitter	23
Conclusión.....	31
Bibliografía.....	33
Anexo 1. Información adicional.....	36

Resumen

Los objetos de estudio de mi trabajo son dos intercambios comunicativos que tienen lugar a través de Internet. El primero es la conversación que se desarrolla en el foro de una comunidad digital de la página web Goodreads. El segundo es la conversación a la que da pie un tuit de agradecimiento de Yoel Ramírez, un *youtuber* madrileño especializado en videojuegos. Mi objetivo es ofrecer una aproximación a las estrategias de cortesía utilizadas en la red. Para ello, se han revisado trabajos publicados acerca de la cortesía, su aplicación a las interacciones digitales y la *netiqueta*. Algunas de las propuestas más interesantes en este campo son el Principio de Cooperación de Grice, el Principio de Cortesía de Leech o el modelo de Brown y Levinson, cuyo concepto *imagen* es fundamental para el estudio de la cortesía en Internet, dada su gran afinidad con el proceso de construcción de la identidad digital. Siguiendo este modelo se han analizado las estrategias de cortesía presentes en los ejemplos seleccionados.

Este trabajo está estructurado en dos partes, precedidas por una introducción en la que se detallan sus fuentes primarias y sus metodologías. La primera parte consiste en un repaso del material previamente publicado acerca de la cortesía y la *netiqueta*. En ella, se recogen algunas definiciones y concepciones previas y se detallan aspectos importantes sobre este campo, como la influencia del contexto a la hora de determinar qué estrategias de cortesía utilizar o cómo interpretar una acción o un comentario en una situación determinada; o la importancia de las expectativas de las personas que participan en un intercambio comunicativo a la hora de considerar sus palabras corteses o groseras. La segunda parte consiste en el análisis de los ejemplos de Goodreads y de Twitter. A través de la aplicación del modelo de cortesía de Brown & Levinson (1987). A partir del trabajo realizado, extraigo unas conclusiones que incluyo tras esta parte. A continuación, facilito las referencias bibliográficas de las obras citadas a lo largo de mi trabajo y, finalmente,

incluyo un anexo con imágenes cuyo contenido es interesante tener en cuenta en estas páginas.

El análisis de los ejemplos seleccionados revela que los cibernautas hacen uso de diferentes tipos de estrategias de cortesía. Algunas estrategias, como el imperfecto de cortesía o el condicional de modestia, también son utilizadas en la comunicación analógica; otras, como los emoticonos, los memes o el seseo, surgen en Internet y son específicas de algunas comunidades virtuales. Por otra parte, aunque los recursos utilizados por los usuarios de Goodreads se caracterizan por una mayor complejidad sintáctica, las estrategias manejadas por los usuarios de Twitter giran en torno al léxico, cuya especificidad sirve para reforzar la cohesión de la comunidad y articular el trato familiar entre sus miembros.

Introducción

Los estudios sobre el lenguaje digital han llegado a denunciar la forma de los mensajes en internet como un posible riesgo contra la ortografía. Con el tiempo, se ha observado que, más que poner en peligro las capacidades de expresión escrita de los hablantes, esta forma de escribir responde a necesidades comunicativas específicas, como la inmediatez comunicativa o el ahorro en el número de caracteres. Esta es la conclusión a la que llega Sánchez Martínez (2015) tras estudiar las conversaciones a través de WhatsApp de varios grupos de hablantes jóvenes. Algunos de los rasgos característicos de la lengua en Internet resultan de la combinación entre características propias de la lengua oral con otras típicas de la lengua escrita, dando lugar a “textos escritos oralizados” (Yus, 2010 y 2017).

Aunque muchos trabajos sobre la lengua de Internet analizan estos rasgos desde diversos puntos de vista, la cortesía en la red todavía es un campo de estudio poco explorado. Gran parte de las teorías tradicionales defienden que la cortesía está asociada con la expresión indirecta del mensaje y que existen estructuras verbales inherentemente corteses debido a su complejidad y su expresión indirecta. Yus (2010, p. 281) reconoce que es posible detectar el deseo de ser corteses de los hablantes en ciertos enunciados, pero advierte sobre la necesidad de incluir en el análisis otros elementos que determinan la (des)cortesía del mensaje, como pueden ser la situación comunicativa o la relación entre hablante y oyente. No existen, por tanto, enunciados inherentemente (des)corteses, pero sí “oraciones (des)corteses sólo en potencia” (ibíd.).

Este trabajo pretende ser una aproximación al estudio de la cortesía en Internet. Para ello, el primer paso debe ser la revisión de los trabajos previamente publicados sobre este tema. Fundamentales para mi trabajo han sido García Landa (2007), que repasa brevemente los modelos de cortesía más importantes, y Yus (2010), que dedica un

capítulo íntegro a la cortesía en Internet y detalla los aspectos clave de su estudio. Sutton (1995) pone en práctica el modelo griceano aplicado a la esfera digital. Para el modelo de Brown & Levinson (1987) he acudido, además de a la publicación original, a la revisión del modelo de Carrasco Santana (1999).

Una vez estudiadas las aportaciones anteriores, es necesario un análisis de las estrategias de cortesía utilizadas en Internet. Para ello he seleccionado dos muestras conversacionales digitales de características diferentes: una breve conversación en un foro de la página web Goodreads y parte de las respuestas a un tuit de Yoel Ramírez (@FolagoR), un *youtuber* madrileño especializado en videojuegos. Mi análisis sigue el modelo propuesto por Brown & Levinson (1987), según el cual las acciones potencialmente descorteses en una conversación constituyen una amenaza contra la imagen positiva o negativa de alguno de los participantes en una conversación. A través de la calibración de los tres ejes que condicionan la interacción entre hablante y oyente, determino el grado de imposición de dichos actos que amenazan la imagen utilizados en la conversación. Una vez determinados el tipo de ataque y su intensidad, presto atención a las estrategias utilizadas para mitigar la amenaza y al efecto que tienen en la práctica.

Para lograr mis objetivos de forma ordenada, este trabajo está estructurado en una parte teórica y una práctica. La parte teórica consiste en un estado de la cuestión en la que reviso los trabajos previamente mencionados. Una vez introducido el concepto de cortesía, 1.1. se centra en estudiar la importancia del contexto en la cortesía del mensaje. En 1.2. se pone la cortesía en relación con la relevancia y el cumplimiento de las expectativas durante el intercambio comunicativo. 1.3. revisa los modelos de estudio de Grice, Lakoff y Leech y explica sus principales defectos. A continuación, dedico el apartado 1.4. al modelo de Brown y Levinson. La sección incluye tanto una explicación del modelo como una recopilación de sus defectos más señalados, e incluso alguna

adición posterior a raíz de sus críticas. Finalmente, en 1.5. se definen las cibermaneras y se traza su trayectoria histórica. En este apartado relaciono el concepto con la cortesía, reviso algunos trabajos que aplican los modelos previamente estudiados a las normas de *netiquette* y señalo algunas líneas de estudio pendientes de exploración. El análisis de las muestras seleccionadas ocupa la segunda parte de mi trabajo. En cada sección se facilita una captura de pantalla de la conversación estudiada. Finalmente, después de la bibliografía, añado a estas páginas un breve anexo con más capturas de pantalla de datos relevantes para mi análisis.

Parte 1. Cortesía y netiqueta

La cortesía es una estrategia humana “destinada a favorecer las relaciones entre los semejantes y mitigar la imposición de determinadas acciones a otras personas” (Yus, 2010, p. 275). Aunque todavía no hay una definición clara de este concepto, numerosos autores han estudiado la cortesía. Este apartado contiene una aproximación a las perspectivas y los modelos de estudio de la cortesía más relevantes, así como un repaso de sus aplicaciones sobre la comunicación por medios digitales y, finalmente, un espacio dedicado a las cibermaneras.

1.1. La (des)cortesía y el contexto

Havertake (cf. Yus, 2010, 287) distingue entre la cortesía metalingüística y la cortesía lingüística a partir de la posibilidad de manifestar la cortesía mediante enunciados verbales y mediante enunciados no verbales. La cortesía metalingüística o cortesía social (Urbina Fonturbel, 2016) tiene como finalidades primarias la sociabilidad y el cumplimiento de las reglas de etiqueta social. La cortesía lingüística o cortesía comunicativa consiste en la utilización de elementos lingüísticos para conseguir una comunicación eficaz (Urbina Fonturbel, 2016). A partir de esta línea de estudio se introduce la importancia del contexto en Internet:

la merma en la cantidad y calidad de los supuestos de índole contextual que acceden a los órganos de procesamiento del usuario obligará a una hiperdependencia de los atributos puramente textuales de la expresión de cortesía (actos de habla), utilizados ambos para comunicar mensajes con un propósito fáctico o directivo. (Yus, 2010, pp. 287-288)

Por su parte, Kasper entiende la grosería como una desviación de lo cortés en un contexto social (cf. Yus, 2010, p. 284). Puede ser inmotivada, si nace de la ignorancia, o motivada, cuando el hablante desea que su enunciado se interprete como grosero. Dentro

de la grosería motivada, se distinguen la causada por la falta de control del sentimiento, que puede explicarse como una expresión excesiva de emociones en ausencia de un acto de habla agresivo anterior; la destinada a la consecución de un fin, y lo que Kasper llama *grosería irónica*, que también va encaminada a un fin.

Cortesía y descortesía coexisten en Internet como caras opuestas de la misma moneda. Los moderadores de los foros de debate proponen reglas taxativas de obligado cumplimiento para todos sus usuarios; existen múltiples manuales de etiqueta en páginas web que tienen como objetivo garantizar la práctica de la cortesía en Internet. No obstante, la ausencia de co-presencia física lleva a muchos usuarios a demostrar actitudes groseras. Lo curioso de esta coexistencia es que ambas caras de la moneda se manifiestan mediante el mismo tipo de recursos de oralización de la conversación escrita, ampliamente estudiados¹.

En definitiva, el contexto es un elemento fundamental tanto de la cortesía como de la grosería. De esta importancia surge la necesidad de establecer una serie de parámetros contextuales (cf. Yus, 2010, pp. 288-290) con los que determinar qué estrategias de cortesía deben emplearse en según qué situaciones. Las diferencias transculturales de la cortesía deben tenerse en cuenta, especialmente en Internet, ya que en él se ponen en contacto personas de orígenes muy diversos y cuyas estrategias de cortesía pueden diferir. Ello obliga a los usuarios a adaptarse a las estrategias corteses de cada comunidad. No obstante, la lengua inglesa —y, por ende, su cultura y su forma de socializar— continúa ejerciendo presión como *lingua franca* de Internet.

¹ Por ejemplo, Di Segni ha analizado los recursos verbales y tipográficos utilizados para expresar lo que ha dado en llamar agresión verbal: las mayúsculas y los signos de exclamación adquieren en estos casos unas connotaciones agresivas (vid. Yus, 2010, p. 286). Otros trabajos interesantes sobre la oralización de la escritura en el ámbito hispanohablante son los de Fernández de Molina Ortés (2015), Lage & Recio Diego (2013) o el de Alcalde Peñalver (2019).

Desde un punto de vista cognitivo, Escandell Vidal defiende que se pueden parametrizar las variantes culturales de forma que sea posible establecer un patrón universal. Así, la utilización de estrategias de cortesía específicas para cada comunidad se constituye como parte de los susodichos patrones. Esta propuesta se sustenta en varios presupuestos de la psicología cognitiva como que la mente es un sistema simbólico que transforma percepciones en representaciones mentales; que dichas representaciones están muy bien estructuradas, y que la percepción, conducta y comprensión dependen del *conocimiento previo* del individuo, que puede ser general o específico —condicionado por diferentes “patrones arquetípicos” que condicionan los conocimientos específicos a cada cultura— (Yus, 2010, p. 298). Esta propuesta permitiría confeccionar unas normas de etiqueta universales.

La relación del individuo con la sociedad es también un parámetro importante: tanto las *características intrínsecas* del individuo como sus *propiedades sociales adquiridas* afectan a la imposición de conductas corteses en las situaciones comunicativas. El contexto específico del habla es el parámetro que explica por qué la misma intervención puede resultar cortés o descortés dependiendo del emisor y desmonta el argumento tradicional sobre la existencia de enunciados inherentemente corteses comentado en páginas anteriores. La atención al contexto específico del habla es compleja en situaciones analógicas, pero Internet exige un esfuerzo todavía mayor para lograr adecuar las estrategias de cortesía al contexto. Los efectos de la pérdida de información de índole contextual en el mundo digital constituyen un interesante campo de estudio. Havertake da especial importancia a la interpretación del enunciado por parte del oyente (cf. Yus, 2010, p. 283). La ausencia de co-presencia física en la comunicación por Internet puede llegar a producir alteraciones en esta interpretación.

Los usuarios tienden a reducir los marcadores lingüísticos de cortesía cuando se añade más riqueza contextual a la plataforma (p. ej., opciones de voz o *VoiceMail*). Dentro de este punto, cabe señalar que algunas de las características del lenguaje de internet más comunes son en realidad “estrategias de alteración connotativa” (Yus, 2017, p. 57) que tratan de salvar este obstáculo en la comunicación. La oralización del mensaje mediante los emoticonos, la repetición de letras o el uso connotativo de las mayúsculas, así como las acotaciones icónicas, —“la descripción textual de la conducta no verbal del usuario” (Yus, 2017, p. 56)—, son algunos de los ejemplos más llamativos. Finalmente, el poder y la distancia social se estudian en el modelo de cortesía de Brown y Levinson; no se interactúa de la misma forma con una persona conocida que con un desconocido, ni se utilizan las mismas estrategias de cortesía con alguien que ocupa una posición distinta en una jerarquía determinada.

1.2. Cortesía y relevancia

Durante los intercambios de actos de habla, las personas evalúan constantemente las expectativas de uso cortés; los marcadores textuales de la actitud de sus interlocutores; los supuestos de (des)cortesía que estos conllevan; la amenaza o imposición de los enunciados resultantes, y la intencionalidad en comunicar la actitud (des)cortés resultante. Jary establece una taxonomía de casos dependiendo del grado de cumplimiento de dichas expectativas que se generan en las conversaciones (cf. Yus, 2010, pp. 299-301). Cuando estas se cumplen, la conducta verbal del hablante no es suficientemente relevante como para atraer la atención del oyente. Ahora bien, cuando no se cumplen las expectativas, la conducta verbal del hablante se vuelve relevante para el oyente porque ella manifiesta un grado de afecto diferente al esperado por el oyente. En estos casos, se establecen cuatro posibilidades: el grado de afecto es mayor del esperado y existe intencionalidad de comunicarlo por parte del hablante; el grado de afecto es mayor del esperado, pero no hay

intención de comunicarlo; el grado de afecto es menor del esperado y el hablante pretende comunicarlo, o el grado de afecto es menor del esperado, pero no existe intención de comunicarlo por parte del hablante.

Escandell Vidal parte de las posibilidades ostensivas apuntadas por Wilson y Sperber para establecer varios casos de transmisión de información: la *transmisión accidental de información*, la transmisión de forma intencionada y encubierta y la transmisión de forma intencionada y ostensiva (la única efectiva). De esta forma, “un uso de estrategias que no se adecuan a los requisitos del contexto, y realizado de forma ostensiva, da lugar a la comunicación efectiva sobre las posibles razones de su uso” (Yus, 2010, p. 301). Para que la cortesía y la descortesía sean la razón de dicha inadecuación, sería necesaria una comunicación intencionada y manifiesta (*overt*). El estudio también matiza que la inadecuación puede dar lugar a “operaciones inferenciales de atribución de relevancia” (Yus, *ibid.*) tanto de forma intencionada como de forma no intencionada.

1.3. El Principio de Cooperación y el Principio de Cortesía

Grice establece unas máximas conversacionales que atienden a la cantidad, calidad, relación y modo del mensaje emitido (cf. García Landa, 2007, p. 2 y Sutton, 2017, p. 2):

Maxim of Quantity:

1. Make your contribution to the conversation as informative as necessary.
2. Do not make your contribution to the conversation more informative than necessary.

Maxim of Quality:

1. Do not say what you believe to be false.
2. Do not say that for which you lack adequate evidence.

Maxim of Relevance:

Be relevant (i.e., say things related to the current topic of the conversation).

Maxim of Manner:

1. Avoid obscurity of expression.
2. Avoid ambiguity.
3. Be brief (avoid unnecessary wordiness).
4. Be orderly.

Estas máximas constituyen su Principio de Cooperación, según el cual debemos adecuar nuestras contribuciones conversacionales al "accepted purpose or direction of the talk exchange in which you are engaged" (Grice, 1975, citado en García Landa, 2007, p. 3).

La propuesta griceana ha llegado a establecerse como uno de los modelos básicos en el estudio de la cortesía; no obstante, al señalarse que el Principio de Cooperación no es el único que puede regir una conversación —también se puede conversar “para articular un conflicto, cambiar de tema, reorientar la dirección que está tomando la interacción, etc.” (García Landa, 2007, p. 3)—, se hacen necesarios otros principios que completen este modelo. Lakoff establece la claridad y la cortesía como reglas principales de la pragmática, a partir de las cuales propone tres submáximas o principios de la cortesía: no imponer siempre nuestro criterio, permitir que nuestro interlocutor exponga sus opiniones y hacer que nuestro interlocutor esté cómodo en el diálogo.

De modo similar, Leech desarrolla un Principio de Cortesía a partir de las máximas de Tacto, Generosidad, Aprobación, Modestia, Acuerdo y Comprensión (cf. Yus, 2010, p. 277) que, en un principio, supliría las carencias del de Grice. Para garantizar la cortesía de nuestras contribuciones conversacionales debemos “Minimize (other things being equal) the expression of impolite beliefs; Maximize (other things being equal) the expression of polite beliefs” (Leech, en García Landa, 2007, p. 4). El modelo de Leech establece la cortesía

en términos del coste o del beneficio que suponga el cumplimiento de la acción para el destinatario o el emisor. Así, la acción es intrínsecamente más «descortés» cuanto mayor es el coste para el destinatario y menor su beneficio; y es más «cortés» en el caso contrario, es decir, cuanto mayor sea el coste para el emisor y mayor el beneficio para el destinatario. (Urbina Fonturbel, 2016)

Ahora bien, estas propuestas se enfrentan al mismo problema que las máximas de Grice: cuando el propósito de un intercambio conversacional no es ni la cooperación ni la cortesía, estas propuestas se vuelven insuficientes. Landa considera ambas propuestas subordinadas al Principio de Estrategia, que a su vez se subordina a un Principio de Prudencia, según el cual el intercambio comunicativo está condicionado a una planificación de la actuación global del sujeto, y que depende un Principio de Sabiduría. (García Landa, 2007, pp. 4-6).

1.4. El modelo de Brown & Levinson

Brown y Levinson asumen que los individuos tienen al menos dos rasgos definitorios: una racionalidad, ligada al Principio de Cooperación, que les permite utilizar medios comunicativos para lograr un objetivo, y una *imagen*:

Our notion of 'face' is derived from that of Goffman (1967) and from the English folk term, which ties face up with notions of being embarrassed or humiliated, or 'losing face'. Thus face is something that is emotionally invested, and that can be lost, maintained, or enhanced, and must be constantly attended to in interaction (Brown y Levinson, 1987, p. 61)

Los autores establecen dos tipos de imagen: una positiva, que se entiende como “el deseo de ser estimado y reconocido socialmente, es decir, el deseo de proyectar nuestra propia imagen a los demás y de que ésta sea reconocida” (Carrasco Santana, 1999,

p. 4); y otra negativa, “el deseo de poder actuar libremente en un territorio, en sentido amplio, que consideramos propio” (*ibid.*).

La imagen de una persona es su carta de presentación en sociedad; la autoestima, identidad y credibilidad del individuo dependen de su imagen. En la red, nuestra identidad se define por lo que decimos: “somos la persona que se esconde detrás del saludo, la despedida y el tono de un correo, o la que se desprende de las opiniones, los puntos de vista o los estereotipos que reproduce una web” (Cassany, 2003, pp. 341-242).² La afinidad entre la identidad digital del individuo y el concepto de imagen hace que, a pesar de sus insuficiencias, la propuesta de Brown y Levinson sea la más utilizada para estudiar la cortesía en Internet (cf. Yus, 2010, p. 295).

La fragilidad de la imagen pública del individuo genera la necesidad de conservarla y protegerla. Por tanto, el objetivo de los intercambios conversacionales es proteger la imagen propia, para lo cual resulta fundamental no amenazar ni atacar la imagen ajena durante el intercambio conversacional. Según este modelo, las manifestaciones de cortesía son una estrategia para suavizar el potencial de amenaza de una *acción que amenaza la imagen* (AAI) (Yus, 2010, p. 293) del individuo, que se calcula “teniendo en cuenta los tres ejes de carácter social, dos que analizan las relaciones interpersonales y otro que evalúa el grado de amenaza de un determinado acto dentro de la sociedad en la que estén inmersos ambos interlocutores” (Carrasco Santana, 1999, p. 3). Estos ejes son la distancia social entre el hablante y el oyente (D), el poder relativo del destinatario con respecto al del hablante (P) y el grado de imposición de un determinado acto respecto a la imagen del oyente (G) (cf. Yus, 2010, p. 293). Para modular este potencial, los hablantes recurren (y esperan que otros lo hagan) a estrategias de cortesía que pueden dividirse en cinco grupos: estrategias abiertas y sin acción

² Cassany (2003) señala que el hecho de que las identidades electrónicas se construyan mediante el material que los usuarios deciden colgar en Internet posibilita su manipulación.

reparadora; estrategias abiertas con acción reparadora, con cortesía positiva —expresar el aprecio de las ideas de la otra persona; esto es, halagar la imagen ajena—; estrategias abiertas con acción reparadora, con cortesía negativa —dejar claro que, aunque el hablante quiere que se haga su voluntad, no tiene intención de limitar las libertades de la otra parte—; estrategias encubiertas, y evitar la AAI (cf. Carrasco Santana, 1999, p. 3 y Urbina Fonturbel, 2016).

La propuesta de Brown y Levinson ha sido criticada por su ambigüedad en múltiples aspectos: la noción de imagen, la distinción de los tipos de imagen y las diferencias entre los tipos de cortesía; las clasificaciones de las AAI y las estrategias de cortesía, etc. En la línea de los que le reprochan a este modelo su “visión negativa de las relaciones sociales, según la cual, las acciones, y en particular las verbales, siempre resultan potencialmente amenazantes para los demás” (Carrasco Santana, 1999, p. 8), Kerbrat-Oreccioni añade a las AAI los *actos de refuerzo de la imagen*, entendidos como un “comportamiento estimulante y positivo en la relación interpersonal” (Yus, 2010, p. 294). Carcés Concejos critica la independencia y la relevancia de los parámetros P, D y G; la relación entre las estrategias de cortesía y la jerarquía; la ausencia del afecto en el tratamiento del parámetro D y, especialmente, las afirmaciones descontextualizadas realizadas en materia de cortesía (cf. Yus, 2010, p. 294).

Carrasco Santana (1999, p. 11) también señala que Brown y Levinson no tienen en cuenta los “actos amenazantes para la imagen del emisor”. Además, manifiesta la necesidad de analizar la cortesía desde una perspectiva intercultural, así como de ver cómo afecta el contexto a los parámetros P, D y C. Pese a todo, como ya se ha apuntado, este modelo sigue siendo el más utilizado para estudiar la cortesía en Internet. Así, el trabajo de Maricic (en Yus, 2010, pp. 295-297) constituye un ejemplo práctico de la aplicación de la mayoría de las estrategias contempladas por este modelo.

1.5. La *netiqueta* o las cibermaneras

Tedre et al. (2006, p. 369) define *netiquette* como un “body of conventions and manners for using the Internet as a tool for communication or data exchange, practiced or advocated by a group of people”. Los autores señalan que este concepto engloba tanto las cuestiones legales acerca del uso de los espacios digitales, como la práctica de la educación y los buenos modales en estos contextos. La palabra se ha acuñado combinando las palabras *net* —red— y *etiquette* —etiqueta—, una etimología que permite interpretar este concepto como una serie de normas de etiqueta que operan en Internet (cf. Sutton, 1995, p. 3). Una posible traducción del término al castellano es “cibermaneras” (Yus, 2010, p. 276).

La normalización del uso de Internet alrededor de los años noventa del siglo pasado resulta en la confección de la primera *netiquette* oficial, dictada por las primeras personas que utilizaron Internet con asiduidad: en su mayoría, hombres educados en sociedades occidentales. Su manera de socializar ha condicionado en gran medida las normas establecidas. Herring es uno de los que demuestran que las estrategias de poder y agresión —características de los actos de habla producidos por hombres— y de solidaridad y apoyo —más frecuentes en los actos de habla producidos por mujeres— se reproducen de forma paralela en las comunicaciones analógica y por ordenador (Yus, 2010, p. 278). Sutton conceptualiza estas formas de socializar mediante los términos *camaraderie culture* y *deference culture* (2017, p. 8).

Cuando Internet se vuelve accesible para todo el mundo, se produce un aumento exponencial de cibernautas de diversos orígenes, como bien observan Tedre et al. (2006) en su repaso de la historia de Internet. Estos nuevos usuarios introducen sus idiomas y culturas en el mundo digital; también confeccionan *netiquettes* locales, regidas por sus propias culturas e incluso adaptadas al tipo de espacio digital en uso. A pesar del

florecimiento de la diversidad en Internet, Tedre et al. (2006) observan que pocos estudios abarcan las dimensiones culturales de las cibermaneras. La mayoría de los que lo hacen las abordan como una especie de cultura digital; faltan trabajos que pongan atención a las actitudes hacia esta etiqueta (o etiquetas) entre las diferentes culturas presentes en Internet. Incluir las variables culturales en los estudios de cibermaneras puede facilitar la predicción de diferencias entre las etiquetas digitales de distintas culturas. Una aportación interesante a este campo es el estudio de Khani y Darabi (2014) sobre los efectos de factores como el género y la educación en las muestras de cortesía a través del correo electrónico en el ámbito académico iraní. Su trabajo contiene una sección en la que da ejemplos de muestras de cortesía particulares a ciertas culturas y otra en la que se detallan algunas muestras de cortesía iraníes.

La comparación de las definiciones existentes de cortesía y cibermaneras evidencia que ambos conceptos están relacionados, ya que presentan la misma finalidad: garantizar que la comunicación se produce sin perjuicio de las personas implicadas. Ello lleva a la aplicación de los modelos de cortesía tradicionales al contexto digital. De esta forma, Sutton aplica el Principio de Cooperación a la *netiquette*, ya que la “CMC [computer-mediated communication] is a talk exchange, and as such is the domain of the CP [Cooperative Principle]” (Sutton, 1995, p. 3). No obstante, también reconoce que las máximas griceanas pueden romperse con facilidad, y diferencia entre dos tipos de violaciones: las intencionales y directas, a las que llama *flouting*, y las violaciones intencionales que rechazan alguna de las máximas griceanas, o *flaming*. La comunidad virtual frecuentemente tolera el *flaming* cuando se utilizaba con la intención de enseñar algo a alguien probablemente debido a la predominancia masculina en la sociedad digital comentada en la página anterior. Posteriormente, Slembrouck estudia cómo opera el Principio de Cortesía de Leech en varios mensajes electrónicos (cf. Yus, 2010, p. 277).

Ahora bien, existen cuestiones difíciles de explicar mediante estos principios. Por ejemplo, Crystal (2014) señala que el anonimato que proporciona Internet en muchas ocasiones “parece que desinhibe a la gente, que se anima a hablar más y de maneras que se apartan de su repertorio lingüístico del mundo real”. Ello conlleva el incremento de casos de acoso, insultos y violencia verbal a niveles superiores que en la comunicación tradicional. En este sentido, parece que internet despierta el lado más mezquino de la humanidad, que se esconde tras una máscara digital para desacatar los Principios de Cooperación y Cortesía. El autor advierte la incapacidad de teorías como las de Grice y Leech para explicar este tipo de fenómenos.

Parte 2. Análisis de ejemplos

En este apartado se analizan una serie de ejemplos reales de actos de habla a través de Internet. Para dejar constancia de la diversidad de situaciones comunicativas que se pueden dar a través de Internet, he seleccionado ejemplos de un foro sobre literatura en la página web *Goodreads* y de las respuestas publicadas a un tuit de Yoel Ramírez (@FolagoR), un profesional del entretenimiento en Internet especializado en videojuegos. Siguiendo lo argumentado en la primera parte de este trabajo, mi análisis pondrá en práctica el modelo de cortesía de Brown y Levinson y los otros modelos comentados cuando este no sea suficiente para explicar el funcionamiento de la cortesía.

En el análisis procederemos de la siguiente manera: en primer lugar, se determina el tipo de conducta del hablante. A partir de su tipo de conducta, es posible establecer el tipo de imagen amenazado en la intervención analizada. A continuación, se miden los parámetros establecidos por Brown y Levinson para determinar el tipo de cortesía necesario para la expresión de una AAI —poder relativo (P), distancia social (D) entre los interlocutores y grado de imposición (G)—. Gracias a estos parámetros, se analiza cómo se expresa la cortesía en el mensaje. Finalmente, se observa qué tipos de respuesta recibe el usuario.

2.1. Goodreads

The screenshot shows a Goodreads community page for the group 'Spanish Readers'. The page title is 'Comunidad > Web Literatura del Mundo'. It features a search bar at the top, navigation links (Home, My Books, Browse, Community), and a share button. The main content is a discussion thread with four messages. The first message is from Sergio, dated 26 de Ene 07:50, and discusses the website 'Literatura del Mundo'. The second message is from Mariano, dated 27 de Ene 06:37, praising the website. The third message is from Jessica, dated 28 de Ene 08:50, saying 'Sergio, muchas gracias.' The fourth message is from Sergio, dated 2 de Feb 06:14, discussing the availability of books. The right sidebar shows group navigation options like 'Group Home', 'Photos', 'Videos', 'Members', and 'Discussions', along with a search bar for discussion posts.

goodreads Search books Sign In Join

Home My Books Browse Community

Comunidad > Web Literatura del Mundo 86 views Share

Comments Showing 1-4 of 4 (4 new) post a comment » date newest »

message 1: by Sergio (new) 26 de Ene 07:50

Hola

Quería compartir, por si resulta de interés, la web Literatura del Mundo (www.literaturadelmundo.com). Se trata de una web que, mediante artículos periódicos, analiza la literatura de cada país del mundo (revisa su historia, propone lecturas de literatura de ese país, etc). Se puede acceder a cada artículo de forma muy sencilla, con solo clicar en el mapamundi. Ya está disponible el artículo de más de 70 países, y pronto irán llegando muchos más.

Si se quiere estar al tanto de novedades (nuevos artículos, novedades, etc), se puede seguir a la página de Facebook Literatura del Mundo o a la cuenta de Twitter @literatmundo. Y si os gusta, ¡no dejéis de compartirla / recomendarla!

Un saludo

message 2: by Mariano (new) 27 de Ene 06:37

Es interesantísimo, Sergio! Gracias por el dato. Por tu descripción, es una herramienta muy útil para ampliar los horizontes y poder leer a autor de otros países, de los que no teníamos conocimiento. Aunque, lamentablemente, lo que suele pasar es que muchos de esos libros después no se consiguen.

message 3: by Jessica (new) 28 de Ene 08:50

Sergio, muchas gracias.

message 4: by Sergio (new) 2 de Feb 06:14

Te diría que la mayoría de los libros propuestos están circulando sin mayor problema, bien porque no son muy antiguos, bien porque son clásicos que se reeditan de forma frecuente. Incluso alguno descatalogado puede conseguirse con buenos buscadores de libros. Y alguno sí que puede ser imposible. Pero serán pocos.

Gracias por comentar

back to top

post a comment »

Antes de proceder al análisis de la interacción seleccionada, es necesario proporcionar una explicación del lugar del que procede. Goodreads es una página web creada en Estados Unidos y destinada a la catalogación, valoración y discusión de libros. En ella, los usuarios pueden buscar un título, guardarlo en listas personalizables, actualizar su estado de lectura, valorarlo y escribir reseñas. Además, las fichas de algunos títulos incluyen enlaces a páginas para comprar dichos libros. Otra de las funciones de esta página web es la creación de comunidades virtuales en torno a temas específicos:

géneros literarios, sagas de libros, tropos, idioma de lectura, etc. En ellas, se proponen retos de lectura, se hacen recomendaciones, se resuelven dudas y también se entablan conversaciones sobre las lecturas o la temática en cuestión.

La muestra seleccionada para este trabajo es una aportación a una comunidad hispanohablante: el usuario Sergio recomienda a la comunidad una página web cuyo contenido considera relevante para el resto de los miembros. En su publicación facilita el hipervínculo a la página; describe brevemente sus características; explica cómo se utiliza, y facilita la página de Facebook y la cuenta de Twitter de la página para que la comunidad pueda seguirla y compartirla. La intención de Sergio es mover a quienes lo lean a consultar la página web en cuestión, a seguir sus redes sociales y a compartirla con más personas. Es decir, esta publicación constituye una petición. Según Brown y Levinson, este tipo de conducta supone una amenaza contra la imagen negativa del oyente (1987, p. 66): al pedirle algo a alguien, dificultamos que se cumpla su deseo de no hacerlo o de hacer otra cosa.

Los participantes de los foros de Goodreads son miembros de una comunidad virtual en la que solo las personas encargadas de administrar la comunidad ocupan una posición superior en la jerarquía de la comunidad. En el caso de la muestra seleccionada, ninguno de los participantes en la conversación tiene este cargo (cf. Anexo 2, imagen 2), de modo que la relación de poder entre ellos (P) es una relación entre iguales. Dependiendo del número de miembros de la comunidad, el parámetro D puede variar. Esta comunidad es bastante numerosa: cuenta con más de 5000 miembros (vid. Anexo 2, imagen 1). Puede suponerse un nivel de cordialidad acorde con la situación: un grupo de desconocidos conversan sobre ciertos intereses comunes en una comunidad virtual; ahora bien, no debe asumirse un nivel de cordialidad elevado.

Varios elementos en el texto del usuario Sergio sirven para calibrar el parámetro G. Por un lado, su primera petición comienza con una presentación de la página web que se articula mediante el verbo *querer* conjugado en un pretérito imperfecto de indicativo dislocado (“Quería compartir”) —precisamente, este empleo del imperfecto se denomina “imperfecto de cortesía” (cf. RAE, 2009, apartado 23.11e)—. A continuación, el usuario introduce un complemento circunstancial de causa integrado por una cláusula condicional que contribuye a suavizar su petición a la comunidad: “por si resulta de interés”. Después de estos elementos mitigadores, finalmente presenta la página web que quiere que sus lectores visiten. Como se ha dicho al principio de esta sección, el usuario describe las características de la página web. Cabe señalar el énfasis en la navegabilidad de la página: “Se puede acceder a cada artículo de forma muy sencilla, con solo clicar en el mapamundi.” Esta es una forma sucinta de indicar al resto de los miembros de la comunidad que acceder a su petición no supone un gran esfuerzo; en otras palabras, es una forma de mitigar la intensidad del ataque contra la imagen negativa del oyente. Esto supone una forma encubierta de expresar la AAI, en términos de Brown y Levinson.

Por otro lado, la segunda petición del hablante (seguir las redes sociales de la página web y recomendarla) se formula en dos estructuras condicionales: “Si se quiere estar al tanto de novedades (nuevos artículos, novedades, etc), se puede seguir a la página de Facebook Literatura del Mundo o a la cuenta de Twitter @literatmundo. Y si os gusta, ¡no dejéis de compartirla / recomendarla!” Como se puede observar, la primera está formada por las perífrasis *querer* (en forma impersonal) + infinitivo y *poder* (también en forma impersonal) + infinitivo; la segunda, más directa, la forman los verbos *gustar* y *compartir* o *recomendar* en forma personal. En concreto, la segunda parte de esta estructura (la petición) se presenta como una perífrasis verbal conjugada en imperativo con partícula negativa. Ambas estructuras constituyen formas directas, pero suavizadas,

de formular peticiones. En términos de Brown y Levinson, podríamos decir que la AAI se expresa de forma abierta e indirecta y que utiliza estrategias de cortesía positiva, ya que el usuario está reconociendo la importancia de la voluntad de sus lectores.

La conversación continúa con la respuesta de otros usuarios. Como se puede observar en la imagen, las respuestas recibidas contienen un mensaje de agradecimiento, un tipo de conducta que amenaza la imagen negativa del hablante (Brown & Levinson, 1987, p. 67). Esta AAI se suma a las peticiones de Sergio, de modo que la imagen negativa de las personas que interactúan con él se ve severamente afectada. En otras palabras, en esta conversación la posibilidad de que las intenciones de la comunidad no se vean impedidas es reducida tanto por la petición de Sergio como por el agradecimiento del resto de usuarios. Implícitamente, quienes responden de esta forma a la publicación original aceptan la petición de Sergio, si bien es posible que no la cumplan.

El cambio de intervención implica nuevas AAI, por lo que es necesario revisar los parámetros que condicionan la selección de las estrategias de cortesía. Ya que ninguno de los dos usuarios que responden son moderadores de la comunidad, no tienen más poder que Sergio, otro usuario ordinario; por tanto, no hay una estructura de poder que condicione la interacción. Tampoco la distancia entre los interlocutores se ve alterada, pues no hay indicios en las respuestas de que ni la usuaria Jessica ni el usuario Mariano conozcan a Sergio —incluso es posible que el uso del vocativo, común a ambas respuestas, sea indicio de la distancia entre los usuarios—. Las AAI resultantes de las conductas expresadas en estas respuestas no presentan un fuerte grado de imposición. Por un lado, la brevedad y la ausencia de estrategias de alteración connotativa (Yus, 2017, p.57) en la respuesta de Jessica impiden tanto la intensificación como la atenuación de la imposición de la AAI. Por otro lado, el mensaje de Mariano es más elaborado que el de

Jessica; ello permite, a diferencia de lo visto en el párrafo anterior, no solo la alteración del parámetro G sino también el desarrollo de una breve conversación con Sergio.

El agradecimiento de Mariano va acompañado de una breve apreciación de la página web recomendada: su respuesta comienza con la exclamación “Es interesantísimo, Sergio!” a modo de salutación. La presencia de un saludo en la respuesta se corresponde con el saludo de la publicación original. Ello, junto al susodicho vocativo, marca la distancia entre ambos usuarios que comentaba anteriormente. El respeto de esta distancia sirve para atenuar el grado de imposición de las AAI del mensaje de Mariano. Tras agradecer la aportación, el usuario procede a comentarla brevemente; con ello, está mostrando que aprecia el valor de la aportación y que su agradecimiento es genuino. Un agradecimiento tan elaborado permite reducir el efecto de esta conducta sobre su imagen negativa, es decir, aumenta las posibilidades de que se cumplan sus intenciones.

Al mismo tiempo, el agradecimiento es un recurso que suaviza la queja con la que concluye el mensaje de Mariano acerca de la dificultad de encontrar libros. Quejarse es un tipo de conducta que amenaza la imagen positiva del oyente (Brown & Levinson, 1987, p. 66), por lo que Mariano está atentando contra la aceptación del mensaje de Sergio (esto es, contra su recomendación). Al precederla de un agradecimiento educado y elaborado, las probabilidades de que Sergio se ofenda por la crítica de Mariano se ven reducidas. Asimismo, la formulación de dicha crítica atenúa todavía más dichas probabilidades: el usuario redacta una cláusula adversativa cuyo nexos está separado del resto del contenido mediante el adverbio “lamentablemente”. Además, la queja se plantea en términos generales, sin referirse específicamente a la página recomendada: “lo que suele pasar es que muchos de esos libros después no se consiguen”. Con ello, Mariano expresa su propio sentir respecto a la crítica contra la recomendación de Sergio y deja constancia de que su intención no es ofender al usuario.

Estas muestras de cortesía permiten la aceptación de la crítica como un comentario constructivo. Por esta razón, Sergio responde a la queja de Mariano diciendo que “la mayoría de los libros propuestos [en esta página] están circulando sin mayor problema” por diversos motivos. Esta respuesta da pie a que Mariano vea su queja invalidada o reducida a una excusa —un tipo de conducta que atenta contra la imagen negativa del hablante, según el modelo de Brown y Levinson (1987, p. 67)— para no cumplir con la petición de Sergio. Este efecto se ve atenuado por el uso del condicional dislocado “diría” —uso llamado “condicional de modestia o de cortesía” (RAE, 2009, apartado 23.5ñ), precisamente, porque logra suavizar el impacto del mensaje emitido—, por la explicación de la causa de la réplica (“bien porque no son muy antiguos, bien porque son clásicos que se reeditan de forma frecuente”) y, por la aceptación del argumento de Mariano (“alguno sí que puede ser imposible”). Finalmente, Sergio agradece el comentario de Mariano de forma tan breve y escueta como la vista en el mensaje de Jessica. Ello contrasta con la elaboración de la respuesta a la crítica, de forma que tanto la distancia entre los usuarios como la imposición del mensaje se ven intensificadas.

2.2. Twitter



The screenshot shows a Twitter thread. The main tweet is from Yoel Ramírez (@FolagoR) with the text "Gracias por el directo de hoy chavales, mis dieses." It has 26 retweets and 1,671 likes. Below it are several replies:

- Türkçe Folagor** (@Folagor_Turco) replies: "Bugünkü canlı yayın için teşekkürler, onlarcalarım." (1 like)
- folagor en français** (@folagorfrances) replies: "Merci pour les mecs en direct d'aujourd'hui, mes morts." (1 like)
- NeoAlucard Gamer** (@NeoalucardGamer) replies: "ya desbaneaste a @Zeling @FolagoR ? como le haces eso a tu novia :p XD" (11 likes)
- Zeling** (@Zeling) replies: "Cringe" (38 likes)
- NeoAlucard Gamer** (@NeoalucardGamer) replies: "jajajajajaja no te enojas zeling :p" (4 likes)
- Jesterhouse** (@JesterHands) replies: "Respondiendo a @NeoalucardGamer y a @Zeling Pepepains" (0 likes)
- Jona Avila** (@JonaLesra) replies: "Poco tiempo de Yowi, pero de 10 siempre. No se como lo haces pero es super entretenido verte rolear. Para mi el unico stream que vale la pena pagar sub pa ver los streams." (1 like)
- Joshua FeniX** (@joshuap50107976) replies: "No pude estar hoy pero los folanos sabemos que los directos del folita son buenardos a ver el Resubido" (2 likes)

Antes de analizar la interacción producida en la red social Twitter entre el usuario @FolagoR y varios miembros de su audiencia, es necesario tener en cuenta varios aspectos. Esta red social no gira en torno a una temática concreta; a diferencia de las conversaciones que se desarrollan Goodreads, que versan sobre literatura, las personas que utilizan Twitter pueden conversar sobre una gran variedad de asuntos. En esta red social pueden encontrarse a usuarios que comentan noticias de actualidad, profesionales que publicitan sus productos e incluso, como en este caso, a personas dedicadas a producir contenido en Internet que utilizan la red social para comunicarse con su audiencia. Además, en la imagen se puede observar que Twitter estructura la conversación en curso

de forma visual: el mensaje principal ocupa la parte superior de la imagen; las respuestas a este se listan debajo en un tamaño menor con una nota “En respuesta a” más el @ de la persona a la que se responde, y, finalmente, las conversaciones entabladas a raíz de las respuestas aparecen enlazadas mediante una línea gris vertical que une las imágenes de perfil de los usuarios.

La muestra seleccionada debe contextualizarse en la actividad del usuario @FolagoR. Como se avanzaba al principio de esta sección, este productor de contenido de entretenimiento digital se especializa en videojuegos. Su actividad en Internet a menudo consiste en grabarse jugando y reaccionando a ellos; tampoco es extraño en su campo profesional realizar emisiones en directo en las que, además de jugar, interactúa con su audiencia, que puede aconsejarle, decidir rutas de juego o producir contenido a partir de la propia emisión, gracias a lo cual se fortalece el vínculo de la comunidad. El primer mensaje es un agradecimiento publicado por el *youtuber* tras finalizar una emisión en directo. Se analizarán también algunas de las respuestas al mismo, aunque no se tendrán en cuenta las dos primeras que figuran en la imagen, pues éstas son traducciones del mensaje del *youtuber* al turco y en francés —no obstante, debe constar que constituyen una muestra de la globalización presente en redes sociales—.

Como se ha visto en la muestra anterior, Brown y Levinson (1987, p. 67) conciben el agradecimiento como un tipo de conducta asociada a una amenaza contra la imagen negativa del hablante, es decir, como una acción que aumenta las posibilidades de que las intenciones del hablante —en este caso, @FolagoR— se vean impedidas. Las estrategias de alteración connotativas utilizadas para mitigar esta amenaza se adaptan a los parámetros P, D y G que condicionan la AAI. El eje vertical que estructura la relación entre las figuras públicas de Internet como @FolagoR y su audiencia es complejo, ya que, si bien es cierto que los creadores de contenido son los administradores de su comunidad,

también lo es que su audiencia les permite desarrollar sus actividades en la red. Es posible para un creador de contenido amonestar a su público ante una conducta inapropiada; no obstante, con ello se arriesga a ofender a las personas que lo ven y a perder a su público. Por esta razón, no es extraño que el creador publique un mensaje de agradecimiento tras actividades que ocupan tanto tiempo como una emisión en directo: debilitar la imagen negativa propia se convierte en un recurso para que el público no se sienta obligado a consumir el contenido del creador.

El parámetro D mitiga el efecto del parámetro P. Esta comunidad, que se forma en torno a una figura pública de Internet relacionada con los videojuegos, muestra un nivel de cordialidad mayor que la comunidad de Goodreads, que gira alrededor de un pasatiempo como la lectura. En este sentido, el vocativo “chavales” que utiliza @Folagor establece el nivel de cercanía con su audiencia que desea en esta interacción: su audiencia está formada por personas desconocidas con las que existe un trato familiar. Finalmente, el agradecimiento del usuario es claro y directo; no obstante, tanto el vocativo “chavales” como el halago que sigue al agradecimiento contribuyen a mitigar el grado de imposición de la acción.

La publicación de @FolagoR finaliza con un halago, acción que amenaza la imagen negativa del oyente (Brown y Levinson, 1987, p. 66). Con ella el usuario reduce el control de la audiencia sobre su comunidad, pues coarta la posibilidad de que potencialmente se deje de consumir su contenido o de que su actitud en la comunidad cambie. Esto sirve para reafirmar la verticalidad de la relación entre productor y consumidores (P) sin que ello afecte a la cordialidad (D) establecida. El grado de imposición de este halago es menor que el del agradecimiento previo, pues el creador de contenido recurre al humor para expresar su apreciación. Mediante la expresión “mis diceses”, el usuario puede tanto expresar que ha disfrutado de la actividad realizada como

valorar la conducta de su comunidad —es decir, tanto el hecho de que haya visto el directo como su comportamiento durante este— durante su desarrollo. Esta expresión permite emitir una valoración numérica de cero a diez, que podría resultar violenta de no ser por la estrategia de alteración connotativa que le imprime su carácter humorístico: el *youtuber* es madrileño, por lo no es un hablante seseante, de modo que el seseo que introduce en su mensaje escrito es intencionado³.

En una de las respuestas a esta publicación puede observarse cómo el perfil de la audiencia complica la relación con el creador. En primer lugar, el usuario @NeoalucardGamer utiliza un alias que no revela su información personal. Su respuesta constituye un ejemplo del efecto desinhibidor que produce el anonimato en Internet —señalado por Crystal (2014)—. El usuario pregunta a @FolagoR si ha *desbaneado*, es decir, si le ha levantado la prohibición de acceso a su canal (cf. *Diccionario del español total*), a la usuaria @Zeling. La pregunta puede entenderse como una petición, una AAI que afecta a la imagen negativa del oyente (Brown y Levinson, 1987, p. 66) y que va acompañada de una recriminación contra el creador por haber bloqueado a su pareja. Esta forma de realizar una petición denota que el usuario subvierte el eje vertical que estructura la relación entre @FolagoR y su audiencia (P). Además de asemejarse más a una exigencia que a una petición, el usuario utiliza la herramienta de mención⁴ en su publicación para llamar la atención tanto del creador como de su pareja. Con ello, la AAI se refuerza, pues obliga a las personas mencionadas a leer el comentario y exige sucintamente una respuesta. En otras palabras, el uso de esta herramienta refuerza el grado de imposición de esta petición (G). La recriminación que sigue a esta petición va acompañada de dos

³ Por otra parte, esto también es una muestra de la proximidad entre escritura y oralidad presente en las redes sociales estudiada en Fernández de Molina Ortés (2015), Lage y Recio Diego (2013), y Alcalde Peñalver (2019).

⁴ Esta herramienta crea un enlace al perfil del usuario cuyo @ se escriba en la publicación. Además, la persona mencionada recibe una notificación sobre la mención.

emoticonos que denotan el carácter humorístico del mensaje: “:p” representa una cara con la lengua fuera y expresa la actitud atrevida y juguetona del usuario. “XD” representa una risa que sirve para poner de manifiesto el carácter humorístico de su mensaje (cf. *Wikipedia*, “Anexo: Emoticonos”, 2022). De esta forma, NeoAlucard Gamer trata de atenuar el grado de imposición de la acción; no obstante, lo que logra es convertir la cordialidad establecida por el creador (D) en un tipo de familiaridad inadecuado con alguien con quien no existe una relación personal.

En definitiva, la intervención de este usuario denota una diferente percepción de los parámetros P, D y G que rigen la relación entre Yoel Ramírez, Zeling y el resto de la comunidad. Ello provoca que, a modo de respuesta, la usuaria emita una queja, acción que amenaza la imagen positiva del oyente (Brown & Levinson, 1987, p. 66) —es decir, del usuario al que responde—. El término *cringe* es un anglicismo que significa “vergüenza ajena, bochorno producido por la acción o el comportamiento de otra persona” (*Diccionario del español total*). Con él, Zeling recrimina al usuario su impertinencia. Su publicación demuestra que las estrategias de NeoAlucard Gamer han fallado, de modo que su intervención se ha percibido como un ataque. Para solucionar esta situación, el usuario publica un segundo *twit* en respuesta a la queja recibida, en el que le pide a la usuaria que no se enfade de forma directa. En esta ocasión, la risa “jajajajaja” y la reiteración del emoticono “:p” se utilizan para atenuar el grado de imposición de esta AAI contra la imagen negativa del hablante. A esta publicación responde el usuario @JesterHands diciendo “Pepepains”, un “FrankerFaceZ emote used on the streaming website Twitch.tv to express when something is extremely cringe” (*Urban Dictionary*, 2021). Los usuarios familiarizados con Twitch visualizan el *emote* al leer este mensaje (ver Anexo 1, Imagen 3), de modo que el texto tiene un efecto similar al que tendría la imagen correspondiente. En esencia, este mensaje es similar al de

@Zeling, pues se está quejando de la vergüenza ajena que le producen las intervenciones de @NeoalucardGamer.

La conversación generada a causa de la subversión de los parámetros P, D y G del usuario @NoealucardGamer contrasta con las respuestas de otros miembros de la comunidad que sí respetan los ejes vertical y horizontal a la hora de interactuar con la publicación original. Como se puede ver en la imagen, la contribución de Jona Avila consiste en una breve valoración sobre la emisión en directo. Comienza con una breve queja (“Poco tiempo de Yowi”), un comportamiento que afecta a la imagen positiva del oyente (Brown & Levinson, 1987, p. 66), esto es, dificulta que las opiniones de @FolagoR —en este caso, sobre el tiempo dedicado a dicho juego— se vean aceptadas en la conversación. Ahora bien, la expresión abierta, pero indirecta de la queja se ve suavizada por una muestra de cortesía positiva: el halago (Brown & Levinson, 1987, p. 66). @JonaLesra replica la valoración “de 10 siempre”; continúa expresando que “es super [*sic*]entretenido verte rolear” y finaliza diciendo que el de @FolagoR es “el unico stream que vale la pena pagar sub pa ver los streams” [*sic*].

Además de una muestra de cortesía positiva —es decir, una estrategia destinada a proteger la imagen positiva del oyente (Brown & Levinson, 1987, p. 70)—, los halagos, como las peticiones, pueden afectar a la imagen negativa del oyente. Desde este punto de vista, los comentarios sobre el directo se suman al agradecimiento previo de @FolagoR en tanto que aumentan las probabilidades de que las intenciones del creador se vean impedidas; también contrarrestan el efecto de su elogio hacia el público, pues al valorar el contenido de otra persona se la puede inducir a continuar produciéndolo (en el caso de una valoración positiva), a modificarlo o incluso a dejar de emitirlo (en el caso de valoraciones negativas). De esta forma se mantiene el equilibrio en el eje P, cuya complejidad hemos explicado al principio de este comentario.

Aunque el grado de imposición de los halagos es mayor que el de la queja, su efecto se ve atenuado al aparecer en forma de cláusulas adversativas —“pero de 10 siempre” y “pero es super entretenido verte rolear”— y precedido de un adjunto de la enunciación: “Para mi, el unico...[sic]”. Por otra parte, el conjunto del comentario respeta la distancia entre los interlocutores (D) establecida en la publicación inicial: aunque el mensaje manifiesta cordialidad —expresada mediante los acortamientos de la preposición “para” y el sustantivo “suscripción” o la sintaxis descuidada en “el único stream[er] [por el] que vale la pena pagar sub para ver los streams”—, no hay indicios de que entre ambos usuarios exista una relación personal de ningún tipo.

De modo similar, @josuap50107976 respeta los parámetros establecidos en el tuit original. Su comentario comienza con una excusa (“No pude estar hoy”) a la que le sigue un halago (“los folanos sabemos que los directos del folita son buenardos” [sic]), para finalmente concluir diciendo que verá el vídeo en diferido (el *resubido*). La excusa es un tipo de conducta que afecta a la imagen negativa del hablante (Brown & Levinson, 1987, p. 67). De modo similar a lo que logran los agradecimientos del *youtuber*, esta parte del tuit de Joshua FeniX aumenta las probabilidades recibir una respuesta en la que se vulnere su imagen negativa. Como sucedía en el mensaje de Jona Avila, el halago de Joshua FeniX es más directo y sirve para suavizar el efecto de la excusa, de modo que debe entenderse como una estrategia de cortesía positiva en el conjunto del tuit.

Además del recurso utilizado, también su formulación coincide con la de la publicación anterior, ya que también comienza con una cláusula adversativa cuyo nexo es la conjunción “pero”. También llama la atención el sufijo apreciativo en el adjetivo “buenardos”, cuyo valor aumentativo intensifica el efecto del halago a la vez que enfatiza su tono informal, es decir, le imprime cercanía. También llama la atención el diminutivo apreciativo *Folita*, formado mediante la adición del interfijo *-it-* a la forma abreviada del

pseudónimo del *youtuber*: *Fola*⁵. Estos recursos no solo ponen de manifiesto la cordialidad (D) con la que la audiencia habitualmente trata al creador, sino que también suavizan considerablemente el grado de imposición de las AAI presentes en esta respuesta.

Hasta ahora, se ha hecho referencia a algunos elementos léxicos específicos utilizados por la comunidad, como *desbanear*, *cringe*, *pepepains*, *resubido*, *sub* o incluso *stream* (vídeo en directo). El uso de un léxico tan especializado y otros recursos propios de las redes como los emoticonos refuerzan la cohesión del grupo de internautas. De esta forma se cultiva la complicidad en la comunidad, lo cual explica la familiaridad presente en estos intercambios. Estos mecanismos son habituales en las comunidades formadas gracias a actividades digitales tan específicas como los videojuegos. Por otra parte, el hecho de que gran parte de estos términos sean anglicismos guarda una estrecha relación con la globalización generalizada del mundo digital y con que la lengua inglesa se esté constituyendo como *lingua franca* de Internet, como he señalado previamente en estas páginas.

⁵ La formación del apodo *Folita* se produce siguiendo el mismo proceso que explica la formación de *Carlitos*. Para más información sobre el debate que suscita la partícula *-it-* con valor apreciativo cuando no es claramente un sufijo, véanse los puntos 9.4h y siguientes de la *NGLE* (RAE, 2009).

Conclusión

A pesar del acuerdo en que la cortesía garantiza el intercambio comunicativo entre los hablantes, la falta de una definición clara de este concepto ha llevado a su estudio desde múltiples puntos de vista. Grice prioriza la correcta transmisión de información durante la conversación cuando desarrolla las máximas del Principio de Cooperación. Por otra parte, tanto Lakoff como Leech centran su atención en la comodidad de los participantes del intercambio comunicativo. Esto se evidencia en las submáximas de Lakoff y en las máximas del Principio de Cortesía de Leech.

Ahora bien, estos modelos son incompatibles con actos de comunicación cuyo objetivo no es ni la transmisión de información ni garantizar el bienestar del otro. Al partir del concepto de la *imagen* del individuo, Brown & Levinson establecen el objetivo de todo acto comunicativo: la protección de la identidad social del individuo. En su propuesta, elaboran una taxonomía de amenazas contra las imágenes positiva y negativa tanto del hablante como del oyente. La cortesía sirve como mecanismo para mitigar los efectos de estos ataques, es decir, es un modo de proteger la imagen de una persona durante los intercambios comunicativos.

Las diferencias entre estos modelos de cortesía presentan similitudes con las diferencias entre la cortesía lingüística o comunicativa y la cortesía metalingüística o social: una prioriza la transmisión de información y otra está orientada al acato de las reglas de etiqueta social. La cortesía social es profundamente dependiente del contexto: de modo que un acto cortés en una situación puede resultar grosero en otra diferente. Es fundamental, por tanto, decidir qué estrategias utilizar en base a una serie de parámetros como las diferencias transculturales —la cortesía no funciona del mismo modo en todas las sociedades del mundo—, la relación entre los participantes o la situación

comunicativa. En el caso de una interacción digital, también debe tenerse en cuenta la plataforma utilizada y las herramientas a disposición de los usuarios.

Las muestras analizadas en estas páginas constituyen ejemplos de conversaciones enmarcadas en dos comunidades virtuales de características diferenciadas. En Goodreads se observa un nivel de formalidad mayor que en Twitter. La primera comunidad gira en torno al gusto por la lectura de los usuarios de la página. La muestra seleccionada comienza con una recomendación de un usuario. Las estrategias mecanismos de cortesía le sirven para evitar que el resto de la comunidad rechace su aportación. Por otro lado, la comunidad de Twitter se forma alrededor de las actividades de una figura pública de Internet con la que es posible interactuar de una forma considerablemente familiar. En las respuestas al agradecimiento inicial de esta persona se observa cómo los mecanismos de cortesía crean un equilibrio entre la influencia del creador de contenido y la del público sobre la comunidad, que asume la función de moderadora cuando un individuo rompe este equilibrio.

En estas conversaciones se recurre a una variedad de estrategias de cortesía, tanto lingüísticas como metalingüísticas. Entre los mecanismos lingüísticos de cortesía y atenuación observados, podemos mencionar el uso dislocado del imperfecto de indicativo y del tiempo condicional; las perífrasis con verbos modales; las oraciones condicionales y los sufijos e infijos apreciativos, con los que se genera una mayor sensación de familiaridad. También llaman la atención el uso del halago como estrategia reparadora de la amenaza que suponen críticas y quejas. Con frecuencia, esta combinación se formula con estructuras adversativas que hacen hincapié en un elemento u otro según la intensidad del ataque. En general, los recursos de mayor complejidad sintáctica aparecen en Goodreads, mientras que en Twitter se observa el uso de un léxico muy específico que cohesión del grupo.

Bibliografía

- Alcalde Peñalver, E. (2019). La ortografía en redes sociales: ¿una nueva carta de presentación? *Caracteres: estudios culturales y críticos de la esfera digital*, 8(2), 156-177. <http://revistacaracteres.net/2019/11/ya-disponible-el-vol-8-n-2-de-caracteres/>
- Anexo: Emoticonos. (2022, 3 de junio). *Wikipedia, La enciclopedia libre*. <https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Anexo:Emoticonos&oldid=143972197>.
- Brown, P. y S. Levinson (1987). *Politeness. Some universals in language usage*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Carrasco Santana, A. (1999). Revisión y evaluación del modelo de cortesía de Brown & Levinson. *Pragmalingüística*, 7, 1-44.
- Cassany, D. (2003). La escritura electrónica. *Cultura y Educación*, 15(3), 239-251. <https://doi.org/10.1174/113564003770717440B>
- Crystal, D. (2014). Internet y los cambios en el lenguaje. OpenMind. En *Cambio: 19 ensayos fundamentales sobre cómo Internet está cambiando nuestras vidas*. Turner Publicaciones S.L. 2014, 331-358. <https://www.bbvaopenmind.com/articulos/internet-y-los-cambios-en-el-lenguaje/>
- Diccionario del español total* (s/f). <https://diccet.com/>
- Fernández de Molina Ortés, E. (2015). Oralidad y escritura en la red: testimonios de (orto)grafía regiolectal en un corpus de Twitter. *ELUA Estudios de Lingüística Universidad de Alicante*, 29, 81. <https://doi.org/10.14198/elua2015.29.04>

- García Landa, J. A. (2007). Netiqueta, cortesía, estrategia y sabiduría. En *SSRN*.
<https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1030361>
- Goodreads. (s/f). Spanish Readers. [Foro en línea]
<https://www.goodreads.com/group/show/550314-spanish-readers>
- Gonzalo, S. (26 de enero de 2022). *Web Literatura del Mundo*. [Publicación en un foro]. Goodreads. <https://www.goodreads.com/topic/show/22156442-web-literatura-del-mundo>
- Khani, R. & Darabi, R. (2014). Flouting the Netiquette Rules in the Academic Correspondence in Iran. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 98. 898 – 907. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.03.498>
- Lage, A. H., & Recio Diego, Á. (2013). La oralización de textos digitales: usos no normativos en conversaciones instantáneas por escrito. *Caracteres. Estudios culturales y críticos de la esfera digital*, 2(2).
<http://hdl.handle.net/10366/124906>
- Pepepains (4 de febrero de 2021). *Urban Dictionary*
<https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Pepepains>
- Ramírez, Y. [@FolagoR] (2 de mayo de 2022). *Gracias por el directo de hoy chavales, mis dieses.* [Tuit].
<https://twitter.com/FolagoR/status/1520906389266305025>
- Real Academia Española; Asociación de Academias de la Lengua Española (2009). *Nueva gramática de la lengua española*. Madrid: Espasa.
- Sánchez Martínez, S. (2015). La escritura de los jóvenes en los chats en el siglo XXI. *Didáctica: Lengua Y Literatura*, 27, 183-196. https://doi.org/10.5209/rev_DIDA.2015.v27.51298

- Sutton, L. (1995). A Gricean analysis of Netiquette Rules.
<https://www.academia.edu/34636581>
- Tedre, M., Kamppuri, M., & Kommers, P. A. (2006). An Approach to Global
Nettiquette Research.
https://www.researchgate.net/publication/238180077_AN_APPROACH_TO_GLOBAL_NETIQUETTE_RESEARCH
- Yus, F. (2010). Capítulo 7. La cortesía en la red. En *Ciberpragmática 2.0.: nuevos usos del lenguaje en Internet*. (pp. 275-305) Ariel.
- Yus, F. (2017). Los efectos de Internet y las redes sociales en el español. *Boletín de la Academia Puertorriqueña de la Lengua Española*, 55-76.
<http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/76327>

Anexo 1. Información adicional

Imagen 1. Número de miembros de la comunidad Spanish Readers en Goodreads a día 19 de mayo de 2022.

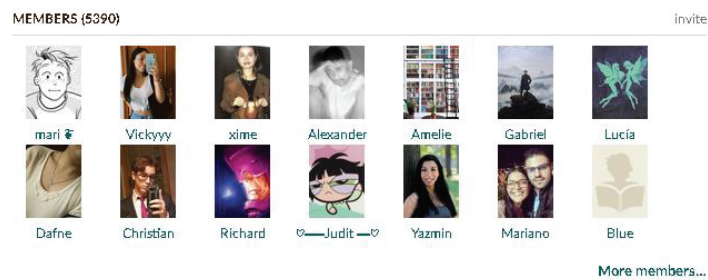


Imagen 2. Moderadores de la comunidad Spanish Readers en Goodreads a día 19 de mayo de 2022.

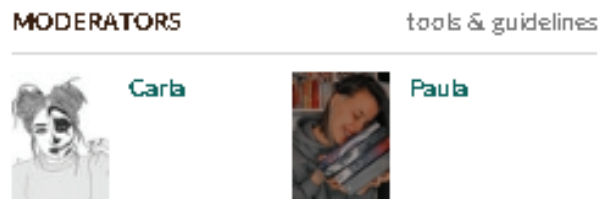


Imagen 3. Emote *Pepepains* en Twitch.

