

# Estrategias lingüísticas de los hablantes en la Red

Francisco Yus

## 1. Introducción

A menudo, los análisis acerca del estado, dimensión y alcance del uso de las lenguas hispánicas en Internet se centran en parámetros socio-económicos, estadísticos y políticos, entre otros, sobre todo respecto al desarrollo del acceso público a la Red y el valor económico que poseen las páginas en lenguas hispánicas frente al avance incesante del inglés en Internet (cf. Marcos Marín, 2000, 2006; Millán, 2001).

Una perspectiva paralela o complementaria y que, en mayor o menor medida, también explica la intensidad, estado y expansión de las lenguas hispánicas en la Red, puede acometerse desde el estudio de las interacciones que establecen los usuarios de Internet y de las agrupaciones o comunidades que resultan de (o tienen como consecuencia) tales interacciones. Tales aproximaciones pueden resumirse en los rótulos: uno de *nivel micro-social de la interacción* y otro de *nivel macro-social de la interacción*. Desde la aproximación *micro-social* a las interacciones mediante Internet, existe ya en la bibliografía una serie de temas recurrentes (cf. Yus, 2001), como por ejemplo la relación entre oralidad y escritura en la Red, el papel del elemento visual en las interacciones (cada vez más ubicuo conforme las diferentes aplicaciones de interacción han ido evolucionando y acercándose a la riqueza comunicativa de la co-presencia física), las estrategias de producción y recepción de mensajes, el papel de la información contextual en la calidad de las interpretaciones, el papel de la intencionalidad y la importancia de los supuestos (culturales, discursivos, etc.) compartidos por los usuarios interlocutores, entre otros. Por contra, el análisis *macro-social* de la interacción se interesaría por aspectos de Internet como la relación entre lo físico y lo virtual, el papel de las redes sociales (físicas, virtuales o amalgamadas), y, como propuse recientemente, también se interesaría en nuevos fenómenos sociales como la tendencia a la hibridación en las fuentes grupales, la relativización del espacio físico, o el creciente papel del sujeto como *nodo* de interacciones en diferentes redes de interacción (cf. Yus, 2007).

ENCUESTA (Primer curso de Filología Inglesa)					
	HOMBRES 21		MUJERES 65		TOTAL 86
EDAD					
17	3	(14,2 %)	11	(16,9 %)	14 (16,2 %)
18	8	(38 %)	27	(41,5 %)	35 (40,6 %)
19	4	(19 %)	10	(15,3 %)	14 (16,2 %)
20+	6	(28,5 %)	17	(26,1 %)	23 (26,7 %)

Tabla 1. Encuesta a alumnos de primer curso universitario.

El estudio de estas cuestiones estará ilustrado con una encuesta que repartí a 86 alumnos de primer curso universitario (ver tabla 1) en la universidad de Alicante y en el mes de noviembre de 2008. Casi todos estos alumnos están en la franja entre 17 y 19 años y constituyen, sin duda, una de las generaciones españolas más tecnificadas y más conscientes de las diferentes oportunidades de interacción que pueden aportar las variadas tecnologías de la comunicación (sobre todo el móvil y

el *Messenger*, como se verá más adelante) de las que disponen. Como puede observarse en la tabla 2, estos alumnos son usuarios asiduos de Internet (un 39,5% lo usa entre 1 y 2 horas diarias y un 27,9% lo utiliza entre 3 y 4 horas) y han *cotidianizado* su uso como una herramienta más para gestionar sus interacciones diarias, con el teléfono móvil como segundo medio más utilizado.

¿UTILIZAS INTERNET CON FRECUENCIA?					
	HOMBRES		MUJERES		TOTAL
No lo suelo usar	-----		-----		-----
- de 1 hora	3	(14,2 %)	6	(9,2 %)	9 (10,4 %)
1-2 horas	7	(33,3 %)	27	(41,5 %)	34 (39,5 %)
3-4 horas	6	(28,5 %)	18	(27,7 %)	24 (27,9 %)
5-6 horas	3	(14,2 %)	4	(6,1 %)	7 (8,1 %)
+ 6 horas	2	(9,5 %)	3	(4,6 %)	5 (5,8 %)
varias veces a la semana	-----		7	(10,7 %)	7 (8,1 %)
varias veces al mes	-----		-----		-----
varias veces al año	-----		-----		-----
alguna vez al año	-----		-----		-----

**Tabla 2.** Frecuencia de uso de Internet.

## 2. Condicionantes exógenos

Un estudio que acometa la extensión e intensidad de las interacciones en las lenguas hispánicas por Internet no puede obviar una serie de condicionantes que podemos etiquetar globalmente como *condicionantes exógenos*. Se trata de aspectos que, si bien no remiten directamente a las interacciones que se llevan a cabo por Internet, sí pueden influir en la cantidad e intensidad de dichas interacciones. Entre muchos otros, estos condicionantes incluirían los siguientes:

(1) La presencia del español en Internet está sujeta a recursos económicos que permiten o impiden el acceso de la mayoría de ciudadanos a Internet. La penetración social del acceso a Internet y el desarrollo de infraestructuras que permitan el acceso fácil y ubicuo a la Red pueden influir en la disponibilidad de la sociedad para desarrollar una parte sustancial de sus interacciones en Internet. Los usuarios necesitan tener la sensación de que su acceso a Internet es siempre posible y disponible para que se pueda generar la idea de la Red como forma “natural” de interacción.

(2) La cualidad visual, verbal o híbrida (visual/verbal) de la interfaz de comunicación ha ido evolucionando, aumentando o minimizando los esfuerzos de procesamiento de la información comunicada a través de ella. En efecto, una amplia bibliografía se ha ocupado de analizar el papel de la capacidad de la interfaz para comunicar aspectos orales y visuales de la comunicación y el impacto en la calidad y cantidad de las interacciones. Inicialmente, casi toda la comunicación que se establecía por Internet era de base textual. En la actualidad, por contra, estos medios han evolucionado mucho (ver tabla 3) e incluyen, en la mayoría de los casos, información transmitida por los canales auditivo y visual.

(3) El dominio de la tecnología que exige usar Internet puede potenciar o minimizar el uso de las diferentes aplicaciones para la interacción por la Red. Es decir, la facilidad o dificultad para dominar la tecnología puede hacer que el usuario dedique más o menos tiempo a usar su idioma en Internet, ya que los problemas para usar la interfaz correctamente podrían disuadir a los usuarios de entablar interacciones frecuentes y cotidianas en la Red.

(4) El acceso a Internet (caro/barato, lento/rápido, etc) influye en el uso que se hace de la

lengua hispánica en la Red, y afecta al desarrollo de Internet como medio “natural” y “cotidiano” de comunicación en las lenguas hispánicas.

ALGUNOS CAMBIOS EN LAS INTERACCIONES	
ANTES	AHORA
<i>Chat</i> textual Teléfono móvil de voz Correo electrónico textual Páginas web con texto e imagen <i>Chat</i> entre usuarios que teclean	<i>Chat</i> de texto pero con cámara y sonido Teléfono móvil con imagen y servicios 3G Correo electrónico con imagen y vídeo Páginas web con grabaciones, vídeo, etc. <i>Chat</i> entre avatares en entornos 3D.

**Tabla 3.** Algunos cambios que se han producido en las tecnologías de interacción.

(5) Desde un punto de vista más cognitivo, también se puede afirmar que, dada la multitud de aplicaciones de interacción que se le ofrece al usuario, es posible que la tendencia a usar varias de estas aplicaciones simultáneamente (*multi-tasking*), algo muy típico de los usuarios en la franja de edad que he encuestado, llegue a afectar a la calidad de la comunicación que mantienen por Internet, lo cual se relaciona directamente con la calidad del lenguaje utilizado.

(6) Finalmente, y de nuevo desde un punto de vista más cognitivo, se puede afirmar que la reiteración del procesamiento de un determinado tipo de información en la Red, en general mensajes cortos de fácil creación e interpretación, puede influir en la capacidad o disponibilidad del usuario para interpretar textos o mensajes más largos o densos. En efecto, nos encontramos ante una tendencia cada vez más extendida hacia la producción y procesamiento de mensajes breves intercambiados en la Red. Entre ellos se pueden mencionar los mensajes cortos (*Twitter* y los SMS entre móviles), los comentarios breves a un *posting* colgado en un *blog*, los breves enunciados intercambiados en un *chat*, los micro-vídeos colgados en *YouTube*, etc. Recientemente, un artículo de Grau ha apuntado precisamente en esta misma dirección (cf. Grau, 2008).

### 3. Nivel micro-social de la interacción

Desde el punto de vista micro-sociológico de las interacciones concretas por la Red, muchas han sido las hipótesis y teorías propuestas, algunas de ellas ya refutadas o al menos no cumplidas del todo según ha evolucionado el uso de Internet en las sociedades actuales altamente tecnificadas. Entre ellas podemos mencionar las siguientes:

(1) Internet es deficiente para la comunicación por la reducción de información no verbal vocal y visual que sí acompaña a los enunciados en situaciones cara a cara. Por consiguiente, hay que compensar la falta de esta información tanto en la producción como en la recepción de los mensajes. Es cierto que, a menudo, la información que el canal de comunicación puede aportar difiere de la riqueza contextual de las interacciones cara a cara, al carecer -al menos en la comunicación de base textual- de la información vocal y visual de la conducta no verbal del interlocutor, pero, por un lado, hay que señalar que los canales de información han ido adquiriendo cada vez más posibilidades de información no verbal. Al mismo tiempo, modelos como el *modelo hiperpersonal* de Walther (1996) nos indican que los usuarios, lejos de desanimarse por la merma informativa del canal, son capaces de extraer de éste toda su capacidad comunicativa, a veces incluso obteniendo resultados no contemplados inicialmente por el mismo.

(2) La ausencia de co-presencia física de los interlocutores favorece la exaltación de ánimo, la brusquedad en la comunicación. El famoso *flaming* sería una consecuencia inevitable de la falta

de co-presencia física entre los interlocutores.

(3) Internet genera personas solitarias, recelosas de los espacios públicos, y con un único vínculo de conexión con la sociedad a través de la pantalla.

(4) El exceso de información de Internet genera “infoxicación” o exceso de información y merma la capacidad de procesamiento.

En realidad, se puede afirmar que no existe una estrategia de comunicación *específica* para Internet que sea deficiente respecto a la estrategia de comunicación cara a cara. Las estrategias de los hablantes y de los oyentes es siempre la misma, como he intentado demostrar desde la perspectiva de la *ciberpragmática*. Es decir, tanto los usuarios en Internet como los hablantes en situaciones cara a cara recurren a similares estrategias de producción y comprensión de la información, y que podemos resumir de la siguiente forma:

Estrategia del HABLANTE (o USUARIO EMISOR):

Diseñar su enunciado (o conducta no verbal) de tal modo que la interpretación que pretende con su enunciado sea finalmente la elegida por el oyente (o usuario receptor).

Estrategia del OYENTE (o USUARIO RECEPTOR):

Construir una hipótesis interpretativa (o sea, “una interpretación”) del enunciado (o conducta no verbal), a la vez que identifica las intenciones comunicativas del hablante (o usuario emisor).

Lo que ocurre es que, a menudo, el usuario ha de compensar la falta (o merma) de información contextual a la hora de acometer la interpretación de los mensajes enviados por la Red. Y este desafío parte de la necesidad universal de compensar, también en entornos físicos, la información que falta en lo que dicen los demás. Toda comunicación humana está repleta de “huecos informativos” que el destinatario ha de rellenar recurriendo a la información contextual disponible y a su capacidad innata de inferencia. A este hecho se une la pobreza del lenguaje para comunicar todos los conceptos, sentimientos y emociones que atesoramos en el cerebro, en lo que podemos denominar *efecto embudo*. Toda lengua es limitada para comunicar literalmente los pensamientos, sentimientos y emociones. Es por ello que lo que el emisor desea comunicar y lo que literalmente dice normalmente difieren de forma más o menos sustancial, y lo mismo ocurre entre lo que el emisor dice y lo que el destinatario elige como interpretación:

Lo que el hablante desea comunicar.

[sólo se asemeja a...]

Lo que el hablante dice.

[sólo se asemeja a...]

Lo que el oyente interpreta.

Si bien esta actividad inferencial del destinatario es universal, este hecho no implica que sea igual en todos los escenarios comunicativos o exija similares niveles de esfuerzo interpretativo. Es evidente, por ejemplo, que en Internet a menudo la existencia de estos vacíos aumenta debido a la cualidad textual de los mensajes tecleados por el usuario. Por ejemplo, en entornos todavía centrados en el texto tecleado, como un canal de *chat*, los huecos se duplican respecto al esquema anterior (cf. Yus, 2008) y pueden suponer un esfuerzo inferencial adicional del destinatario a la hora de encontrar la interpretación que pretende el usuario emisor:

Lo que el usuario desea comunicar.

[sólo se asemeja a...]

- Lo que el usuario podría decir (en situaciones cara a cara)  
[sólo se asemeja a...]
- Lo que el usuario realmente teclea.  
[sólo se asemeja a...]
- Lo que el destinatario oiría (en situaciones cara a cara)  
[sólo se asemeja a...]
- Lo que el destinatario lee.  
[sólo se asemeja a...]
- Lo que el destinatario interpreta.

Un ejemplo lo encontramos en un mensaje que, hace algún tiempo, envió un usuario del portal *Portalmix* dentro del canal dedicado al concurso de *Operación Triunfo* (C) y que sólo se asemeja a lo que el usuario podría haber dicho en una situación cara a cara (probablemente algo parecido a (B)) y que, a su vez, sólo se parece al pensamiento inicial que el usuario quería comunicar (probablemente algo parecido a (A)). De toda la información inicial de ese pensamiento, el usuario ha obviado toda aquella información que estima que los usuarios destinatarios serán capaces de obtener por su cuenta con la ayuda del contexto (por ejemplo de la información proveniente de los enunciados previos de la conversación):

- (A) Yo creo que los concursantes de Operación Triunfo no tienen un ordenador conectado a Internet dentro de la Academia de Operación Triunfo en la que están concursando.  
[sólo se asemeja a...]
- (B) Yo creo que los concursantes de Operación Triunfo no tienen un ordenador conectado a Internet dentro de la Academia.  
[sólo se asemeja a...]
- (C) <Bisbaal> y creo q n tienen dntro d la academia

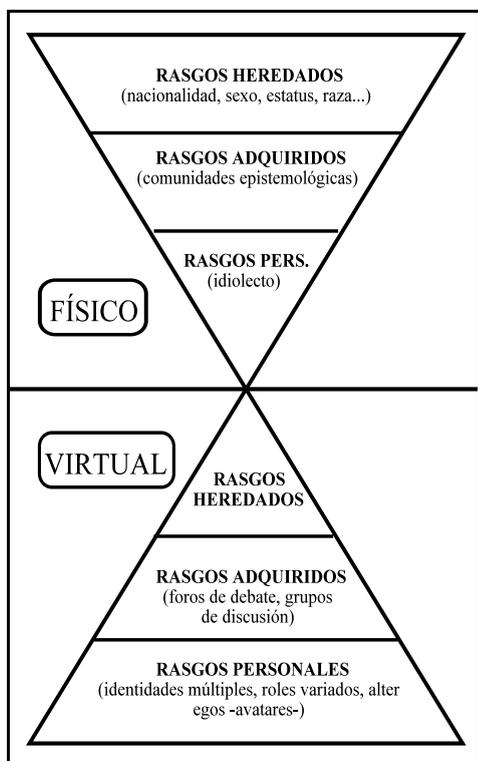


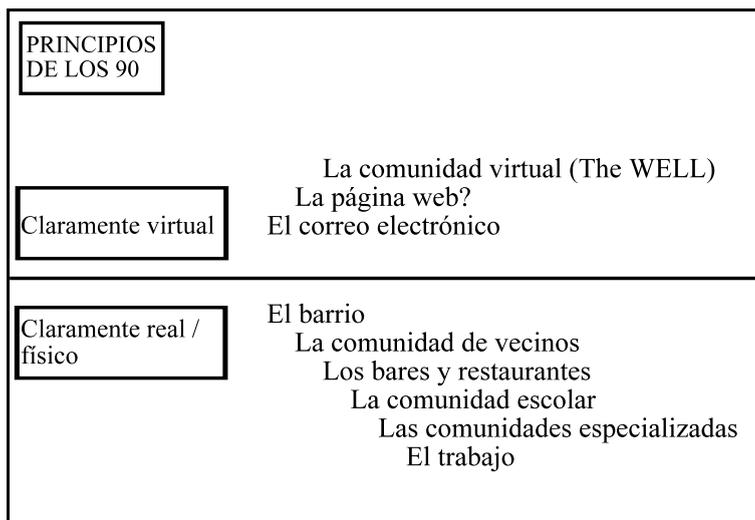
Figura 1. Fuentes lingüísticas de identidad.

Por lo tanto, en el nivel micro-social hay que tener en cuenta las estrategias de compensación de la ausencia de los canales oral y visual en muchos casos para entender la calidad de las lenguas hispánicas que se usan en la Red. Entender la extensión e intensidad de estas estrategias de compensación implica la tarea paralela de entender por qué la comunicación por Internet es eficaz a pesar de que, a menudo, exige un mayor esfuerzo inferencial de los destinatarios.

#### 4. Nivel macro-social de la interacción

La calidad y la cantidad de las interacciones por Internet en las lenguas hispánicas también puede estudiarse desde un nivel macro-social que tenga en cuenta los agrupamientos sociales, el papel de las redes físico-virtuales y el papel de las diferentes aplicaciones y tecnologías de la comunicación en su sostenimiento. En Yus (2002) propuse un modelo de análisis de las diferentes fuentes lingüísticas de identidad a modo de triángulos (figura 1) que es interesante volver a

mencionar. Inicialmente, en entornos físicos, dichas fuentes de identidad podrían esquematizarse a modo de triángulo invertido, en cuya amplia parte superior incluiríamos los rasgos discursivos “heredados”, como la pertenencia a una determinada raza, nacionalidad, etc. En la parte central situaríamos diferentes agrupamientos sociales a los que la persona decide pertenecer, a menudo acompañados de jergas que generan barreras de especificidad discursiva. Por último, en el estrecho vértice inferior situaríamos las cualidades personales e inherentes de la persona como individuo, con unas peculiaridades lingüísticas irrepetibles, lo que constituye el denominado *idiolecto*.

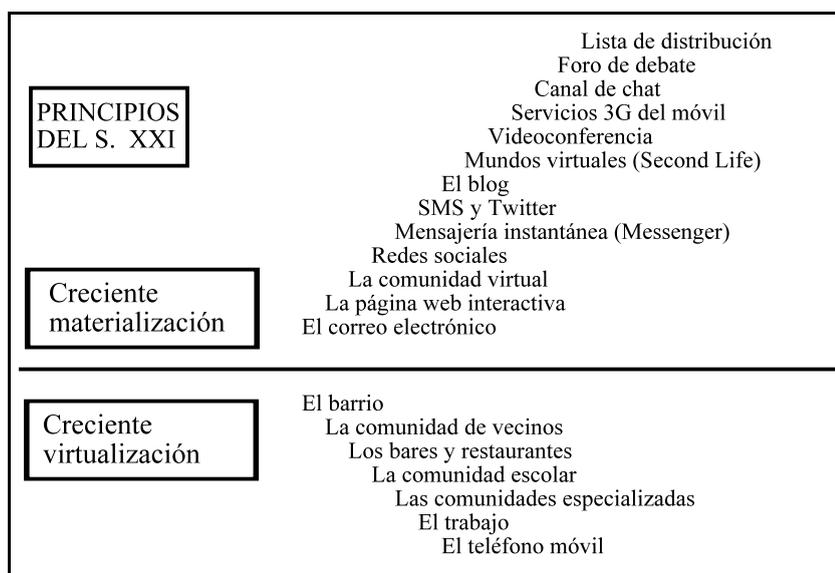


**Figura 2.** Relaciones físico-virtuales a principios de los años 90 del pasado siglo.

De modo similar, podríamos esquematizar las fuentes lingüísticas de identidad en entornos virtuales, pero en este caso el triángulo invertido se *re-invertiría* por las cualidades que posee Internet. En efecto, la anterior amplia parte superior de rasgos heredados sufriría un proceso de minimización debido a que muchos de estos rasgos desaparecen o son filtrados en las interacciones virtuales por la pérdida de información vocal y visual. La parte central se mantendría, pero en los entornos creados a tal efecto dentro de Internet (foros de debate, listas de distribución, blogs, redes sociales...). Igualmente, estos agrupamientos irán asociados a menudo a jergas específicas que generan barreras discursivas hacia los que no pertenecen al grupo. Finalmente, el anterior estrecho vértice inferior sufriría un proceso de multiplicación o

amplificación debido a los diferentes papeles que el usuario puede desempeñar en la Red.

Desde aquella propuesta de triángulos para representar las fuentes lingüísticas de identidad se han producido cambios notables sobre todo en la amplia imbricación de las interacciones virtuales con las relaciones típicamente físicas. Pero estas relaciones en entornos físicos también han evolucionado notablemente en paralelo a esta imbricación



**Figura 3.** Relaciones físico-virtuales a comienzos del tercer milenio.

físico-virtual. En efecto, las comunidades físicas estaban inicialmente delimitadas, sin “intoxicación” lingüística respecto a las demás comunidades. Con el desarrollo del transporte y las

nuevas tecnologías, dichas barreras se hicieron cada vez más permeables y, al mismo tiempo, las personas fueron perdiendo “el anclaje” que las unía nítidamente a su comunidad. A principios de los años 90 del pasado siglo, cuando Internet comenzó a popularizarse, las comunidades físicas ya estaban en pleno proceso de extrañamiento respecto su anclaje físico, con los habitantes buscando cada vez más sus relaciones y redes sociales en espacios típicamente destinados para ello (bares, plazas, etc.) y a menudo en lugares distantes de la comunidad de origen. Como se observa en la figura 2, en esa época Internet jugaba un escaso papel en la formación y desarrollo de identidades lingüísticas alternativas a las generadas en entornos físicos. Internet era claramente algo “a lo que uno tenía que conectarse” y poseía una cualidad claramente virtual opuesta a la materialidad de los entornos físicos de interacción (barrios, plazas, bares, restaurantes, el trabajo, comunidades especializadas, etc.). En este contexto, Internet no afectaba al desarrollo y evolución de las lenguas hispánicas habladas o utilizadas por los usuarios.

Por contra, en los años transcurridos del presente milenio, los cambios en las formas de interacción física y virtual han sido sustanciales, como se observa en la figura 3. Como se propuso en Yus (2005, 2007), actualmente las comunidades en entornos físicos están sujetas a un proceso incesante de *virtualización*, es decir, han perdido definitivamente el anclaje físico que las delimitaba. Las comunidades se han extendido y disgregado hasta perder la marca grupal de sus límites. Ahora más que nunca, las personas buscan sus redes sociales físicas en lugares ubicados geográficamente de forma dispersa. Además, utilizan masivamente tecnologías como el teléfono móvil que suprime claramente el anclaje físico del receptor y subraya, en su lugar, la importancia del destinatario con independencia de su situación física. Entornos de interacción tan tradicionales como el bar, la plaza, la comunidad de vecinos, etc. han dejado de ser esenciales para la realización de las necesidades de interacción de los ciudadanos del siglo XXI.

¿QUÉ MEDIOS USAS PARA COMUNICARTE CON TUS AMIGOS?						
	HOMBRES		MUJERES		TOTAL	
Messenger	19	(90,4 %)	56	(86,1 %)	75	(87,2 %)
Teléfono fijo	11	(52,3 %)	25	(29 %)	36	(41,8 %)
SMS	9	(42,8 %)	41	(63 %)	50	(58,1 %)
Skype	3	(14,3 %)	6	(9,2 %)	9	(10,4 %)
E-mail	6	(28,6 %)	20	(30,7 %)	26	(30,2 %)
Móvil	17	(81 %)	49	(75,3 %)	66	(76,7 %)
Chat	-----		1	(1,5 %)	1	(1,1 %)
Red social	-----		12	(18,4 %)	12	(13,9 %)

**Tabla 4.** Formas de comunicación con los amigos.

Al mismo tiempo, las interacciones por Internet han experimentado un proceso de creciente *materialización* o *fisicalización*, por el cual han dejado de ser entornos “a los que uno ha de conectarse” y han pasado a formar parte de la gama de opciones de interacción del sujeto e incluso compiten en intensidad con las interacciones en contextos físicos. Toda la gama de posibilidades de interacción en línea que se le ofrece al sujeto de este siglo (entre otras, la lista de distribución, el foro de debate, el canal de *chat*, los servicios 3G del móvil, la videoconferencia, los mundos virtuales (como *Second Life* o *World of Warcraft*), el blog, los SMS y Twitter, la mensajería instantánea (*Messenger*), las redes sociales, la comunidad virtual, la página web interactiva y el correo electrónico) y que antaño habrían sido etiquetadas como claramente virtuales y deficientes respecto a la riqueza de las interacciones físicas, han pasado a formar parte del amplio catálogo de opciones

de interacción para el sujeto, sin que éste pueda, a veces, diferenciarlas en términos de intensidad y gratificación. Muchos contactos por Internet pueden llegar a alcanzar un nivel de intensidad comunicativa que es difícil encontrar en espacios físicos. En suma, se trata de una hibridación entre lo tradicionalmente virtual, que tiende a hacerse cada vez más físico o material, y lo tradicionalmente físico, que cada vez es más virtual y con un espacio cada vez menos real para las personas.

Nuestra encuesta nos indica claramente este fenómeno, ya que los jóvenes de hoy son usuarios masivos de las diferentes formas de interacción que se les ofrece y no les parecen formas anómalas o deficientes de mantener sus amistades (tabla 4). Son usuarios masivos del *Messenger* (87,2%), del SMS (58,1%) y del teléfono móvil (76,7%), haciendo de estas tecnologías recursos no adicionales para mantener sus redes sociales, sino elementos primordiales de su forma de entenderlas.

Al mismo tiempo, cada vez con más frecuencia los jóvenes actuales mantienen amistades (a menudo muy intensas) que sólo son mantenidas mediante Internet, sin que lleguen a producirse encuentros cara a cara. Como puede apreciarse en la tabla 5, más del 80% de los encuestados mantiene y gestiona relaciones sociales exclusivamente por Internet. Para tal fin, la forma más habitual de contacto es el *Messenger* (68,6%) y las redes sociales (Facebook, Tuenti, MySpace...). Destaca, sin embargo, el bajo porcentaje de contactos exclusivos por Internet que se mantienen mediante el uso del correo electrónico (23,2%).

¿HAY CONTACTOS SÓLO POR INTERNET?						
	HOMBRES		MUJERES		TOTAL	
SÍ	17	(81 %)	53	(81,6 %)	70	(81,3 %)
NO	4	(19 %)	12	(18,4 %)	16	(18,6 %)
¿Qué medio sueles usar para comunicarte?						
Messenger	15	(71,4 %)	44	(67,6 %)	59	(68,6 %)
Red social	9	(42,8 %)	11	(16,9 %)	20	(23,2 %)
Skype	1	(4,76 %)	4	(6,1 %)	5	(5,8 %)
SMS	-----		1	(1,5 %)	1	(1,1 %)
Chat	-----		1	(1,5 %)	1	(1,1 %)
E-mail	6	(28,5 %)	14	(21,5 %)	20	(23,2 %)
Avatares	1	(4,7 %)	-----		1	(1,1 %)

**Tabla 5.** Contactos sólo por Internet.

Además, como ejemplo de cómo los contactos mediante Internet se van *materializando* y, al mismo tiempo, *cotidianizando* en la gestión diaria de las diferentes redes de interacción, el uso que los encuestados hacen del español en Internet va sobre todo encaminado al mantenimiento de sus contactos en la misma ciudad (75,8%), como se observa en la tabla 6, y en contra del interés inicial que suscitaba Internet como forma de contactar con personas ubicadas en puntos lejanos del planeta (por ejemplo, ser capaz de contactar con alguien ubicado en Alaska y poder entablar un diálogo virtual con él). Ahora, Internet y el teléfono móvil son herramientas que, junto a las interacciones físicas, permiten a los encuestados mantener “al día” todo el entramado de relaciones (físicas, virtuales, híbridas...) a las que pertenecen. Destaca, en este sentido, el escaso porcentaje de encuestados que usan Internet para contactar con usuarios de Hispanoamérica (37,2%).

¿CON QUIÉN TE COMUNICAS EN ESPAÑOL POR INTERNET?						
	HOMBRES		MUJERES		TOTAL	
-Gente de mi ciudad	18	(85,7 %)	47	(72,3 %)	65	(75,8 %)
-Gente de Hispanoamérica	12	(57,1 %)	20	(30,7 %)	32	(37,2 %)
-Gente de otras partes de España	15	(71,4 %)	43	(66,1 %)	58	(67,4 %)
-Con extranjeros que se comunican en español	5	(23,8 %)	13	(20 %)	18	(20,9 %)

**Tabla 6.** Personas con las que los encuestados se comunican en español por Internet.

Las consecuencias de la situación actual de hibridación de redes, de la creciente *materialización* de las interacciones por Internet y de la creciente *virtualización* de las interacciones en entornos físicos son múltiples y, en cierto modo, contradictorias. Del mismo modo que existen aún en la actualidad barrios muy homogéneos en términos de raza, religión o país de procedencia, con un uso homogéneo de las lenguas hispánicas, también se dan las relaciones difusas, múltiples, virtuales y reales, pero sobre todo híbridas, lo que conlleva consecuencias también para las cualidades de la lengua hispánica usada para estas relaciones:

En primer lugar, aparece todavía, en algunos casos, un cierto refuerzo de la lengua de la comunidad física del usuario, que se relaciona con los demás en barrios muy cohesionados por raza, procedencia, religión, etc. y que usa Internet para reforzar unas interacciones que le permiten afianzar su sentimiento de pertenencia a la comunidad entendida en el sentido tradicional del término. Es el caso, por ejemplo, de los inmigrantes latinoamericanos que viven en España, que poseen un marcado sentimiento de identidad lingüística con los demás inmigrantes del mismo origen, y que usan Internet para mantener los lazos con sus familiares y amigos que han permanecido en el país de origen, en la comunidad física que abandonaron en su día.

Al mismo tiempo, se da lo que podemos etiquetar como una cierta *permeabilización* de la lengua por parte de otras variedades de la misma lengua, que se producirá si existen relaciones muy intensas mediante Internet. En efecto, conforme las interacciones por Internet con personas de otros países de habla hispana se van haciendo más frecuentes, el usuario tenderá a reconocer, cada vez más, las diferencias que existen entre unas variedades de la lengua y otras, en términos de vocabulario, estructura oracional, entonación (caso de interacciones con voz mediante *Skype*) o incluso en el comportamiento no verbal ligado a la cultura (por ejemplo por el uso continuado de la *Web Cam*).

Pero, al mismo tiempo, puede producirse un reconocimiento de signo contrario, esto es, la consciencia del vínculo idiomático del grupo (o grupos) al que pertenece el usuario y cuyas cualidades lingüísticas resultan cada vez más patentes e identificables tras la reiteración de contactos con usuarios que usan otras variedades de la lengua.

Si echamos un vistazo a los resultados de la encuesta, comprobamos que los estudiantes son conscientes de las variedades del español que intercambian en sus redes sociales y, si bien tienen a veces problemas de comprensión, son conscientes de las variedades y obtienen un reforzamiento de sus propias cualidades grupales a partir de las diferentes interacciones y del acceso a las variedades del español de Internet (tabla 7).

Además, tal y como se observa en la tabla 8, en general estas diferencias no implican problemas graves de comunicación entre los estudiantes encuestados y los contactos que establecen

con personas mediante Internet. En suma, los encuestados son conscientes de las diferencias con su variedad del español, lo que conlleva un reconocimiento de las diferentes variedades de la lengua y una mayor conciencia de la suya propia, pero no una merma sustancial en la consecución de sus metas comunicativas.

¿HAY ALGUNA DIFERENCIA EN EL ESPAÑOL QUE USAN?						
	HOMBRES		MUJERES		TOTAL	
SÍ	17	(81 %)	62	(95,3 %)	79	(91,8 %)
NO	1	(4,75 %)	3	(4,7 %)	4	(4,6 %)
¿Qué diferencias encuentras en el español que usan respecto al tuyo?						
-Vocabulario que usan	16	(76,2 %)	40	(61,5 %)	56	(65,1 %)
-Entonación (e.g. Skype)	5	(23,8 %)	13	(20 %)	18	(21 %)
-Estructura oracional	6	(28,5 %)	17	(26,1 %)	23	(26,7 %)
-Temas	1	(4,75 %)	-----		1	(1,1 %)

**Tabla 7.** Diferencias entre el español de los encuestados y el de sus contactos por Internet.

¿ES DIFÍCIL COMUNICARSE CON LOS USUARIOS DE HISPANOAMÉRICA?						
	HOMBRES		MUJERES		TOTAL	
-No, no hay problema	9	(42,8 %)	38	(58,4 %)	47	(54,6 %)
-Depende del canal de uso ( <i>chat, Skype...</i> )	2	(9,52 %)	1	(1,5 %)	3	(3,4 %)
-Sí, a veces no entiendo bien	6	(28,5 %)	3	(4,6 %)	9	(10,4 %)

**Tabla 8.** Dificultad para comunicarse con usuarios de Hispanoamérica.

## 5. ¿Hacia dónde nos encaminamos?

Esta pregunta es legítima en el panorama que he mostrado desde comienzos de los años 90 del pasado siglo y pasando por la situación actual de hibridación de redes físicas y virtuales. En mi opinión, el futuro hacia el que se dirigen las sociedades altamente tecnificadas es el de una *amalgama* total entre las relaciones exclusivamente físicas, las relaciones que se dan sólo por Internet y las híbridas (éstas últimas cada vez más frecuentes). En el libro *Virtualidades Reales* (2007) propuse la imagen de la persona como *nodo de interacciones*, sean éstas del tipo que sean y sin que exista una solución de discontinuidad entre las relaciones virtuales o físicas, tal y como se refleja en la figura 4. Esta imagen genera, de igual modo, determinadas consecuencias respecto al uso de las lenguas hispánicas en el futuro:

Por un lado, se tenderá a un *idiolecto múltiple* y adecuado a la situación física, virtual o híbrida de la relación. La identidad lingüística, antaño anclada y fijada a los parámetros dictados de forma exógena, se vuelve ahora fluida *-líquida* como diría Bowman- y centrada en los fines comunicativos concretos de la interacción en curso, con variaciones necesarias según sea la

naturaleza -física, virtual, híbrida- de la interacción. La fortaleza de dichas interacciones no dependerá, por supuesto, del soporte de las mismas.

Además, es probable que se tienda a una paulatina neutralización del idioma a partir de relaciones intensas mantenidas en los diferentes formatos (físico, virtual, híbrido...). Ciertamente, la exposición continuada y sistemática al vocabulario, construcciones gramaticales, e incluso patrones entonativos típicos de las diferentes variedades de las lenguas hispánicas, puede generar una asimilación, más o menos consciente, de estas variedades a la variedad específica del usuario hasta

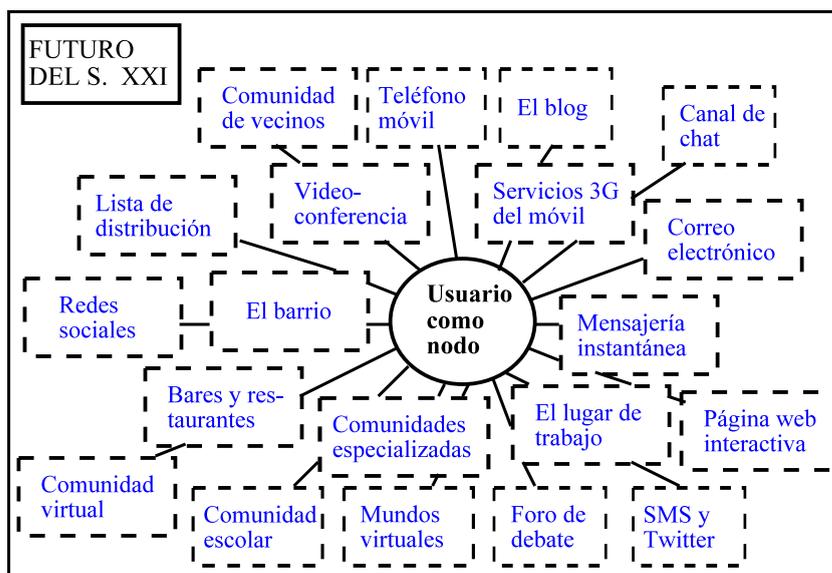


Figura 4. Relaciones físico-virtuales en el futuro.

llegar a un punto de interconexión neutra entre estas variedades. Al mismo tiempo, esta tendencia generará una pérdida paralela de referentes en las diferentes variedades del español cuando se llegue a un punto en el que la *permeabilización* a la que aludía con anterioridad posea más calado y genere dudas respecto a la idiosincrasia o carácter foráneo de ciertas cualidades de otras variedades de las lenguas hispánicas.

Finalmente, se tenderá a una instrumentalización de la lengua hispánica intercambiada por Internet que, definitivamente *permeabilizada y neutralizada*, tenderá a responder sobre todo a un vínculo idiomático del grupo orientado sobre todo a los fines concretos de la interacción y no tanto a objetivos sociales como la consolidación y el mantenimiento de la colectividad de las redes gracias al idioma compartido.

Todo ello ocurrirá en un futuro donde el usuario ya no se conectará a Internet para usar las lenguas hispánicas, ya que las relaciones físicas no competirán con las virtuales sino que se complementarán unas con otras, se imbricarán, se hibridarán, se fusionarán. En este contexto, el individuo no dudará jamás de estar, en cualquier momento, plenamente conectado a sus redes personales de interacción. Como decía William Gibson, que acuñó el término *ciberespacio*, en el futuro ya no pagaremos por conectarnos a Internet, sino que pagaremos para conseguir desconectarnos de la Red. En ese futuro, quizás eso sea ya imposible.

## Referencias

- Grau, A. (2008) "Internet cambia la forma de leer... ¿y de pensar?" *El País*, 10-10-2008, p. 30-31. [http://www.elpais.com/articulo/sociedad/Internet/cambia/forma/leer/pensar/elpepisoc/20081010elpepisoc\_1/Tes].
- Marcos Marín, F. (2000) "La lengua española en Internet". Instituto Cervantes. Anuario 2000. [http://cvc.cervantes.es/lengua/anuario/anuario\_00/marcos/].
- Marcos Marín, F. (2006) *Los retos del español*. Madrid: Iberoamericana Vervuert.
- Millán, J.A. (2001) *Internet y el español*. Madrid: Fundación Retevisión.
- Walther, J.B. (1996) "Computer-mediated communication: Impersonal, interpersonal, and

- hyperpersonal interaction". *Communication Research* 23(1): 3-43.
- Yus, F. (2001) *Ciberpragmática. El uso del lenguaje en Internet*. Barcelona: Ariel.
- Yus, F. (2002) "Discourse and identity". En N.J. Smelser y P.B. Baltes (eds.) *International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences*. Oxford: Pergamon, 3728-3732.
- Yus, F. (2005) "The linguistic-cognitive essence of virtual community." *Ibérica* 9: 79-102.  
[<http://www.aelfe.org/documents/05-Ib9-Yus.pdf>].
- Yus, F. (2007) *Virtualidades reales. Nuevas formas de comunidad en la era de Internet*. Alicante: Servicio de Publicaciones.
- Yus, F. (2008) "Alterations of relevance in cyber-media". *Universitas Psychologica* 7(3): 623-636.