

Aspectos pragmáticos de la literacidad digital: la gestión interrelacional en la comunicación por teléfono móvil

Lucía Cantamutto, Universidad Nacional del Sur/ CONICET/ Universidad de Deusto, Argentina

Resumen: Este trabajo forma parte de un estudio más amplio sobre la comunicación por teléfono móvil en la variedad lingüística del español bonaerense (Argentina) y del español peninsular (España) desde una perspectiva sociolingüística y pragmática, que tiene por objeto identificar regularidades discursivas y fenómenos de variación pragmática, asociados a variables sociolingüísticas y contextuales. Las comunicaciones por SMS, inscritas en el estilo electrónico (Vela Delfa 2005, 670), progresivamente han distinguido características propias, que las diferencian de otras comunicaciones producidas en entornos digitales. En el análisis atendemos al modo en que, por un lado, a pesar de la brevedad —exigida por el límite de caracteres—, se verifican elementos pragmáticos vinculados a las funciones expresiva, fática y apelativas del lenguaje y, por otro, a cómo estas cuestiones reflejan actitudes vinculadas a la gestión interrelacional entre hablantes y, con especial atención a cuestiones de (des)cortesía verbal y, adicionalmente, negociación de imagen. En tanto prácticas lingüísticas vinculadas a la literacidad digital, como conocimiento y habilidades repercuten, en parte, en prácticas sociales y actitudes derivadas de la adecuación al contexto de interacción. Se presentan características medulares de aspectos pragmáticos relativos a la (des)cortesía verbal recogidos con test de hábitos sociales (Hernández Flores 2002) implementados a 219 hablantes en ambas comunidades de estudio entre septiembre de 2013 y febrero de 2014. El presente estudio se enmarca en los lineamientos de la sociolingüística interaccional e integra conceptos de la ciberpragmática (Yus, 2010) y la pragmática sociocultural. Por otra parte, para la conceptualización de la gestión interrelacional, consideramos a Spencer-Oatey (2000) y a Fant y Granato (2002).

Palabras clave: literacidad digital, comunicación por SMS, gestión interrelacional, variación sociocultural, (des)cortesía

Abstract: This paper is part of a larger study on mobile communication in the Spanish language variety of Buenos Aires (Argentina) and the peninsular Spanish (Spain) from a sociolinguistic and pragmatic perspective, which aims to identify discursive regularities and phenomena of pragmatic variation, and associated to contextual variables. Communication via SMSes, subscribed to “electronic style” (Vela Delfa 2005, 670), progressively has distinguished characteristics that differentiate it from other communications produced in digital environment. In the analysis, we consider the how, on one hand, despite the brevity required by character-limit, pragmatics elements of expressive, appellative, phatic functions of language are verified, and, second, how these issues reflect attitudes related to rapport management between speakers, therefore, questions of (im)politeness and, in addition, negotiation of image. These linguistics practices associated with digital literacy, as knowledge to be acquired, impact on social practices and attitudes derived from the adaptation to the context of interaction. Central features of pragmatic aspects related to (im)politeness, which were collected by test of social habits (Hernández Flores, 2002) implemented in both study communities, will be presented. The present study is framed within the Interactional Sociolinguistics’ approach, concepts from Cyberpragmatics (Yus, 2010) and sociocultural Pragmatics. We follow Spencer-Oatey (2000-2011) and Fant & Granato (2002) in the study of rapport management.

Keywords: Digital Literacy, Communication Via SMS, Rapport Management, Sociocultural Variation, (Im)politeness

1. Introducción

Las investigaciones en torno a las prácticas comunicativas que se realizan a través de las diferentes plataformas del teléfono móvil han continuado la trayectoria instalada por los estudios sobre la comunicación mediada por computadora o CMC¹ (Herring, 1996; Walther, 1996).

¹ Recomendamos la lectura de Herring (1996). En otros autores, este tipo de comunicación es nombrada como discurso mediado electrónicamente o DEM (Panckrust 2009) o discursos mediados por ordenador o DMO (Álvarez Martínez 2008). Por nuestra parte, adscribimos a la propuesta teórica “interfaces artefactuales” de Gobato (2013, 2014).



La CMC produjo, y produce, modificaciones sobre el discurso en estrecha relación con su carácter tecnológico: una transformación sustancial entre la manipulación de átomos a la movilidad y volatilidad de los bits (Weinberger 2008). La genealogía de este proceso es extensa: la invención de la escritura es una tecnología en sí misma (McLuhan y Quentin, 1994; McLuhan y Zingrone, 1998; Havelock, 1996; Ong, 1997). Múltiples disciplinas han aportado a la comprensión del fenómeno contribuyendo, desde sus vertientes, a encontrar categorías teóricas que encarnen y expliquen qué sucede en la comunicación contemporánea: las superposiciones teóricas y conceptuales son comprensibles en el abordaje de un objeto de estudio que muta permanentemente.

En este proceso de apropiación y adecuación a los nuevos dispositivos e interfaces, tanto los usuarios como las plataformas innovan, y se adaptan², debilitándose la afirmación primigenia sobre la comunicación digital (a través de computadora, móvil o tableta) como principalmente escrita o, en todo caso, gráfica. Así, en un primer momento, las discusiones gravitaban en saber cómo y cuáles rasgos de la oralidad emergían en la escritura (véase, entre otros, Crystal, 2006 y Cassany, 2012) mientras que, actualmente, la multimodalidad se ha extendido hasta los últimos resquicios de la escritura “pura” —tal como aparecía la comunicación por SMS—: sonidos, videos, imágenes, preñan los textos entre usuarios, especialmente, con acceso a internet.

Dentro de este panorama, ofrecer un análisis lingüístico, centrado en el uso concreto, entrega sólo un primer plano de lo que ocurre en la comunicación por SMS. Conscientes de estas limitaciones, presentamos un estudio contrastivo de carácter exploratorio sobre aspectos pragmáticos de la comunicación por SMS, en dos variedades lingüísticas, con el objetivo de mostrar la incidencia de algunas de las estrategias pragmáticas vinculadas a la gestión interrelacional (Spencer-Oatey 2000; Fant y Granato, 2002).

Consideramos que las implicaciones de este estudio sobre variación pragmalingüística y sociopragmática no alcanzan únicamente a la comunidad científica circunscripta temáticamente, sino también a las propias comunidades de estudio que podrán cotejar las prácticas lingüísticas y las percepciones de cada comunidad de habla sobre fenómenos cotidianos y transversales de la vida en la actualidad. Este trabajo puede aportar datos empíricos para la vertiente de la mercadotecnia encargada del *m-commerce* (una derivación del *e-commerce* a través del móvil) así como usos lingüísticos característicos que consolidan el aprendizaje de la lengua en el aula y el estudio de segundas lenguas³ (Lotherington y Jenson, 2011).

A continuación, abordaremos el concepto de literacidad digital desde una perspectiva sociopragmática, indicando la necesidad de reforzar la adecuación de las prácticas de escritura y lectura a los contextos de uso. En segundo lugar, enfatizaremos en la comunicación por SMS, como parte de las comunicaciones desarrolladas en interfaces artefactuales (Gobato, 2013, 2014), y en sus características particulares. Por último, ofrecemos características pragmalingüísticas sobre el uso de la (des)cortesía, obtenidas a partir de la implementación de test de hábitos sociales en dos comunidades de habla hispana.

2. La comunicación como epicentro de la literacidad digital: perspectiva teórica

La literacidad digital ha asimilado diversos vaivenes en torno a su delimitación (Buckingham 2010, p. 266). En oportunidades, ha sido abordada desde aspectos tangentes a la comunicación sin que el entramado teórico de las disciplinas que estudian la interacción humana sean mencionados: como si las prácticas de lectura y escritura no tuvieran su base en ella. Tal es el caso de la propuesta de Eshet-Alkalai que diferencia cinco tipos de literacidad⁴ complementarias y necesarias para la supervivencia en la era digital (2004, p. 102) o la revisión de Bawden (2001) sobre alfabetización informacional y alfabetización digital. De manera sintética, para estas perspectivas, la literacidad digital implica comprender, producir e intercambiar información mediante dispositivos tecnológicos. Sin

² En la era 2.0, este proceso es permanente y retroalimentado por ambos actores: los desarrolladores y los usuarios prosumidores.

³ El lenguaje SMS ha sido propuesto, también, como un valioso aporte para la enseñanza de segundas lengua o L2 (López Rúa, 2007).

⁴ La propuesta incluye “(a) photovisual literacy; (b) reproduction literacy; (c) information literacy; (d) branching literacy; and (e) socio-emotional literacy” (Eshet-Alkalai 2004, p. 94).

embargo, colocar a la información como el epicentro de la literacidad digital resulta insuficiente porque, cierto es, tampoco suele serlo en la mayoría de las prácticas discursivas.

Las interfaces artefactuales⁵ son, fundamentalmente, espacios de comunicación. Por tanto, su análisis no puede ignorar la base en la que se sustentan estos procesos discursivos que, en el campo de la lingüística, fueron ya discutidos en los años sesenta: difícil es comprender los fenómenos lingüísticos ajenos a su contexto. Literacidad refiere al aprendizaje de la lecto-escritura⁶, pero aprender a escribir no es solo un ejercicio de reconocimiento y producción de grafemas. Ese proceso inicial va complejizándose, al mismo tiempo que otras competencias comunicativas se adquieren. Así lo señala tempranamente Campbell:

Literacy involves the integration of listening, speaking, reading, writing and critical thinking; it incorporates numeracy. It includes the cultural knowledge which enables a speaker, writer or reader to recognise and use language appropriate to different social situations (...) the goal is an **active literacy** which allows people to use language to enhance their capacity to think create and question, in order to participate effectively in society⁷. (Campbell, 1990)

Del mismo modo, si, como señala Cassany (2005), entendemos la literacidad como el “conocimiento de la función del discurso y de los roles que asumen el lector y el autor, los valores asociados con las prácticas discursivas correspondientes, las formas de pensamiento que se han desarrollado con ella”, inmediata a estas concepciones, la noción de literacidad digital o multiliteracidad (ibíd.) debe articularse con las competencias para desenvolverse en las interfaces artefactuales y las competencias propias de la comunicación en esos medios (Cassany, 2012).

Las competencias técnicas dependerán de cada dispositivo, involucrando la adaptación a sus constantes actualizaciones y a los nuevos entornos. Cada interfaz tiene sus propios códigos que deben internalizarse así como cada comunidad de habla tiene sus formas propias para la consecución de sus metas comunicativas. El asunto es cada vez más complejo: en las interfaces artefactuales no debemos hablar únicamente de signos lingüísticos como motores de la comunicación, ya que interviene un repertorio de signos multimediales (sonido, imagen, imagen en movimiento, emoción) cada vez más amplio⁸; propuestas como “multiliteracidad” de Cassany (2005) o “digiteracidad [digiteracy]” —que, hasta donde llega nuestro conocimiento, no ha sido aún acuñado teóricamente—, son las que mejor responden a la dinámica de la red. En resumen, la literacidad digital comprende las habilidades, competencias y estrategias para desenvolverse, integrarse y comunicarse en distintos entornos digitales⁹.

Sin embargo, si volvemos un momento a la cuestión de los signos lingüísticos, y comprendemos la escritura como algo más que un código, el sistema de una lengua no es ajeno al contexto

⁵ Para explicar esta nueva forma de denominación, Gobato (204, pp. 18-19) señala la necesidad de comprenderlo desde una mirada interdisciplinaria: “las «interfaces artefactuales» se entienden acopladas problemáticamente con un conjunto de elementos, de fisiónomía y estructura dispar, que pueden agruparse bajo la etiqueta de «modos de saber y comunicar». No se trata de una idea ajustada y precisa, sino más bien de una opción expresiva precaria y de fronteras porosas, utilizada a los fines de ahorrar al lector largas enumeraciones. Pueden entenderse, por un lado, como constelaciones de alternativas interaccionales pero también societales para la producción comunicativa; por otro, como constelaciones de elementos estabilizadores en los procesos de construcción de mundos sociales. Son, en suma, modalidades metodológicas de mediación, estabilización y dinamización de la experiencia”.

⁶ Sería pertinente, quizás, hablar de producción de signos lingüísticos y multimediales. De esa manera, conceptualizaríamos la producción de material visual que acompaña muchas veces las producciones escritas (véase nota 5).

⁷ “Alfabetización conlleva la integración de comprensión oral, expresión oral, lectura, escritura, y pensamiento crítico; incorpora la numeración. Incluye un conocimiento cultural que permite al hablante, escritor o lector reconocer y usar el lenguaje apropiado para diferentes situaciones sociales. Para una sociedad tecnológicamente avanzada... el objetivo es una alfabetización activa que permita a la gente utilizar el lenguaje para aumentar su capacidad de pensar, crear e interrogar, de manera que verdaderamente participen en la sociedad” (traducción de Fernández Toledo y Gómez Hernández en Bawden, 2002). La negrita es nuestra.

⁸ Recientemente, científicos de Harvard anunciaron la invención de un dispositivo, Ophone, capaz de enviar aromas (Cuthbertson, 2014).

⁹ La alfabetización digital parece ser más transparente como concepto; de hecho, suelen utilizar como sinónimos pero en ambos subyace lo que los hace lingüístico: la littera, del latín “letra”, o alfa y beta, del griego “a” y “b”. Continuamos en el camino de los signos lingüísticos y no son solo esta clase de signos los únicos que permiten la comunicación digital; sin embargo, en el presente estudio sí nos avocamos a los rasgos lingüísticos de este tipo de comunicación.

comunicativo, ni lo son los hablantes de los procesos de negociación de imagen y gestión de la interacción necesarios para la concreción de las metas comunicativas (cfr. Fant y Granato, 2002). La literacidad, desde una perspectiva sociolingüística interaccional, no puede ser entendida ajena a cada contexto de producción (cfr. Cassany y Castellà 2010, p. 3254). Esta disciplina considera que el lenguaje es un sistema que se constituye socialmente y la interacción es un proceso dinámico que los hablantes negocian: son estos quienes deducen cuáles son los conocimientos, en cada situación o evento comunicativo, que comparten y que permiten la producción, comprensión y negociación del sentido de la interacción.

Es medular, entonces, comprender el contexto de uso y la comunidad de habla en el que está inscripto. En tanto que “Cada comunidad cultural, e incluso, cada uno de los grupos que conforman una misma comunidad cultural, otorgan unos valores y una importancia determinada a los distintos comportamientos, los temas, las obligaciones y los derechos de los interlocutores y la propia concepción y uso de la cortesía, todo lo cual tiene su reflejo directo en la lengua” (Barros García, 2011, p. 54). Las nociones de situación, competencia comunicativa (Gumperz y Hymes, 1972) y de estilo comunicativo¹⁰ (Tannen, 1984) son operativas para entender las prácticas lingüísticas atravesadas y definidas por la cultura. Estas se imbrican con la competencia tecnológica (Palazzo, 2011) y, en particular en el plano lingüístico con el principio de economía lingüística, en relación con el estilo electrónico (Vela Delfa, 2005). En otras palabras bajo el paraguas de las *competencias* “lo que se quiere en todos los casos es recoger la intuición general de que, además de las reglas gramaticales, hay otras pautas que determinan la adecuación del uso lingüístico” (Escandell Vidal, 2004). Siguiendo con la perspectiva sociocultural, estas pautas lejos están de ser principios universales.

En este salto epistémico hacia entender más allá del contenido proposicional de la secuencia lingüística, asumiendo la fuerza ilocutiva del enunciado, la pragmática se ocupa de qué pretende el interlocutor, es decir, los efectos de sentido que producen las palabras y cómo debe juzgarse el vínculo entre hablantes. En palabras de Fant y Granato (2002):

Dada una percepción en el sujeto emisor de la existencia de normas (...) y partiendo de los recursos comunicativos que él tenga disponibles, es de esperar que busque la mejor manera de llegar a alcanzar sus metas en el contexto concreto. Que lo logre o no, es algo que se va determinando en la interacción y a través de ella. Desde nuestra posición de analistas, (...) consideramos esencial intentar discernir los efectos que tiene el acto de un interactuante sobre el contexto en el que se encuentra, sin formarnos una idea preconcebida de lo que convencionalmente debería implicar tal acto.

Dentro de este marco, los aspectos analizados se desprenden de la interpretación de los fenómenos comunicativos a partir del modo en que, a través de los diferentes actos de habla (pedido, agradecimiento, disculpa y felicitaciones) y los elementos que, en cada mensaje, fungen como estrategias de (des)cortesía verbal, consiguen las metas comunicativas.

Superados los postulados de la teoría clásica de Brown y Levison (1978), entre otras, por las propuestas de Kerbrat-Orecchioni (2004), la cortesía es entendida como “conocimiento adquirido” (Escandell Vidal, 1998). A partir de la teoría de Sperber y Wilson (1987), que presupone que todos los actos comunicativos son relevantes y que, al momento de la interpretación, son cotejados los contenidos explícitos con los supuestos del interlocutor, afirma Escandell Vidal “la cortesía es un efecto que depende decisivamente de los supuestos previos que un individuo haya adquirido sobre cuál es el comportamiento socialmente adecuado; es, por tanto, un tipo particular de *efecto contextual* (...). La cortesía puede concebirse, por tanto, como un efecto que depende de los supuestos que un individuo tiene acerca del comportamiento social” (ibíd. 15). Los test de hábitos sociales recopilan algunos de estos supuestos subyacentes en la producción de enunciados que, en la comunicación

¹⁰ Entendemos por estilo comunicativo el conjunto de rasgos característicos que definen el modo de comunicación de un grupo social o de una persona; al mismo subyacen valores culturales y normas de comportamiento que el hablante ha aprendido en la sociedad en la que vive y que forman parte de su identidad cultural (Tannen, 1984). Estos rasgos comprenden diferentes niveles de lengua y diversos fenómenos discursivos, que plasman en estrategias comunicativas y se adecuan a los diferentes contextos.

por SMS, se vuelven más relevantes: en la brevedad inherente al mensaje los elementos presentes condensan, si las hay, las estrategias de cortesía.

El estudio de la (des)cortesía se ensambla con los aportes de la microsociología del lenguaje para comprender cómo las personas negocian su identidad. La propuesta de Goffman (1981) es medular: los individuos, a través de sus interacciones, definen e instituyen su imagen social. En pos de superar la cortesía como invariables universales (Brown y Levinson, 1978), las propuestas socioculturales atienden a las diferencias y tensiones entre las comunidades y grupos de habla y, en particular, a los modos en que se alcanzan los objetivos comunicacionales y sus motivaciones (Bravo 2008, p. 564). La (des)cortesía en el español ha sido aún poco estudiada desde las especificidades propias de cada variedad en su contexto sociocultural (Placencia y Bravo, 2002; Barros García, 2011). En este plano, en nuestro trabajo, observamos planteamientos relativos a fórmulas de tratamiento y de saludo (Rigatuso 1987 y 2003, Cantamutto 2013), conversación de contacto (Placencia y García 2008; Rigatuso 2008) y la producción de distintos tipos de actos de habla (Haverkate, 1994).

Por último, lo anteriormente descrito se verifica a través de la evaluación de los mecanismos y estrategias de *rapport management* propuesta por Spencer-Oatey (2000). A partir de la revisión crítica de los conceptos medulares de las teorías de la cortesía, los actos de habla y la labor de imagen, Spencer-Oatey discurre que un estudio desde esta perspectiva debe considerar, en la dinámica del lenguaje, las orientaciones/motivaciones de los hablantes junto a sus orientaciones interaccionales, cuestiones correspondientes a variables contextuales, las convenciones pragmáticas existentes así como también las estrategias dadas por la variedad estudiada y la variación a partir de preferencias culturales diferentes sobre la gestión interrelacional (Spencer-Oatey 2001, p. 543).

El estudio de la (des)cortesía en la comunicación por teléfono móvil aporta a los estudios sobre variación pragmática intralingüística. El análisis de los mismos fenómenos en distintas variedades de una misma lengua corresponde a uno de los principales focos de atención de las investigaciones en torno a la variación pragmática intralingüística. En tal sentido, el estudio contrastivo de diferentes variedades nacionales del español tiene una insuficiente trayectoria (García y Placencia 2011, p. 48).

2.1. Metodología

2.1.1. Conformación de corpus

Para la conformación de corpus, se aplicaron test de hábitos sociales, a través de una plataforma virtual, con el fin de relevar la percepción de los hablantes sobre el fenómeno social de la (des)cortesía verbal. Estos test proveen datos sobre cómo los hablantes de una determinada comunidad describen y perciben los diferentes recursos y estrategias de cortesía (Hernández Flores, 2002; Boretti, 2003; Murillo Medrano, 2005; Bravo, 2009). Fueron aplicados a una muestra poblacional, atendiendo a las variables sociolingüísticas (sexo, edad, nivel socioeducativas) consideradas en la investigación, adaptados a cada comunidad objeto de estudio y a la comunicación vía SMS. El cuestionario, elaborado según la propuesta de Hernández Flores (2002), consta de tres partes: i) situaciones ficticias donde son esperables manifestaciones de cortesía, ii) preguntas sobre (des)cortesía¹¹ en SMS y iii) relato de situaciones incómodas o malentendidos por SMS. Estos resultados ofrecen información orientativa ya que no son enunciados producidos en contextos reales de interacción. Se recogió un total de 219 encuestas, entre junio de 2013 y febrero de 2014, entre las cuales 57 corresponden a hablantes del español peninsular —entre los cuales, 47 son de la comunidad autónoma del País Vasco— y 162 son hablantes del español bonaerense, con edades de entre 12 a 72 años. Asimismo, de la muestra total, 132 son hablantes femeninos y 87 son hablantes masculinos.

¹¹ Entendemos por (des)cortesía el continuum que va desde cortesía a descortesía pasando por el grado neutro. Véase Lavandera (1988).

Tabla 1: Distribución de la muestra

Género	Variedades lingüísticas	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	Español bonaerense	87	65,9
	País Vasco	35	26,5
	Otra variedades de España	10	7,6
	Total	132	100
Masculino	Español bonaerense	75	86,2
	País Vasco	12	13,8
	Total	87	100

Fuente: Elaboración propia, 2014.

La conformación discursiva de cada uno de los SMS y su dinámica en las distintas secuencias de los intercambios interactivos entre emisor y destinatario registrados son considerados, atendiendo a los fenómenos que han presentado particular interés en los estudios previos sobre el tema y que resultan significativos en la dinámica interaccional de ambas variedades lingüísticas tales como: fórmulas de saludo, fórmulas de tratamiento, estrategias de atenuación y ponderación, formulación de pedidos y ordenes.

2.1.2. Elaboración de los datos

La estrategia metodológica es de tipo cualitativa, no obstante, se integran consideraciones cuantitativas en el procesamiento de los test de hábitos sociales. En el análisis y elaboración de los datos se toman en cuenta distintas variables socio-demográficas (edad, origen de los hablantes, nivel socio-educacional, sexo, competencia tecnológica) y contextuales (diferentes situaciones comunicativas), a las que se considera como categorías dinámicas al servicio de la construcción y la negociación de la identidad de los hablantes. Además, se consideró el tipo de vínculo existente entre los interactuantes, considerando la dinámica de las relaciones de poder y solidaridad (Brown y Gilman, 1960) y el dominio al que este vínculo se adscribe.

El cuestionario fue administrado a través de una plataforma online y a través del envío de correo electrónico. El muestreo es de tipo estratificado sin embargo, por el tamaño de la muestra, la distribución no es equilibrada aunque sí es significativa: los datos provistos aportan información para describir las percepciones de los hablantes. En una futura investigación, es posible ampliar el estudio a una población mayor. Lo recabado son datos “descriptivos y evaluativos de la imagen del trato social, enraizada en su contexto” (Boretti, 2003, p. 198).

La desigual distribución de sexo (predominan las mujeres) y variedad del español (prevalencia del español bonaerense) se debe, principalmente, a que los test de hábitos sociales fueron contestados por voluntarios inscriptos en redes sociales: las mujeres suelen ser más propensas a responder (Murillo Medrano, 2005), así como el número de personas del español bonaerense inscripto en redes fue considerablemente superior.

Los comentarios relevados no tienen validez de datos reales aunque dan cuenta del valor que le otorgan a estos fenómenos de (des)cortesía. Los test de hábitos sociales se constituyen como una fuente útil para el investigador del estudio de la (des)cortesía en diferentes contextos socioculturales. Asimismo, como la muestra no es representativa, los resultados no pretenden ser transposables a la totalidad de la población de hablantes. Sin embargo, sí sirven para ilustrar los fenómenos propios de la comunidad de habla estudiada y, por tanto, son muestreos útiles para detectar diferencias entre estas comunidades; diferencias que merecerían mayor análisis para generalizar. No obstante, a la vista de los propósitos del estudio, sirven como fuentes de análisis explicativo y como base para futuras investigaciones más amplias.

3. La comunicación por teléfono móvil

Los SMS como objeto de estudio revisten superposiciones en torno a su denominación. En inglés se utiliza la forma *texting* para denominar el proceso de envío y recepción y *text message* para nombrar al enunciado (Tagg, 2009); sin embargo, para el español se ha optado por formas eclécticas como la sigla en inglés SMS o la perífrasis *mensajes de texto* y *mensajería de texto*. Consideramos que, en

función de las formas y versiones que la misma comunicación adquiere en un breve lapso de tiempo, hablar de comunicación mediada por teléfono móvil permite englobar las diferentes producciones, escritas o no, a través de las sucesivas interfaces que tiene el teléfono.

Desde el año 2000 a esta parte, algunas características primarias se han ido modificando. Es decir, las restricciones del dispositivo y de la red de transmisión de datos han ido desapareciendo dando lugar a un expansivo crecimiento de la comunicación mediada por teléfono móvil¹². El primer sistema permitía mensajes de 140 o 160 caracteres a través de la red GSM (*Global System for Mobile Communications*, o sistema global para comunicaciones móviles) pero en el proceso paulatino de incorporarse al grupo de las 3G y, en el corto plazo, migrar al grupo de las 4G (Jordán, Galperin y Peres, 2010, pp. 41-42), el móvil se constituyó como una plataforma para realizar una multiplicidad de comunicaciones diferentes. Con teléfonos capaces de transmitir y recibir datos, los SMS ya no son necesariamente *cor-tos*, ni estrictamente *textuales* (véase, entre otros, Lepp, 2014; Suominen *et al.*, 2014).

Sin embargo, como actualmente conviven aparatos con teclados alfanuméricos y prestaciones básicas con teléfonos *Smartphone* que ofrecen innumerables aplicaciones tanto para comunicarse como para gestionar la vida cotidiana, consideramos que el estudio de la comunicación por teléfono móvil requiere atender al tipo de teclado e interfaz utilizada así como la relación del usuario con el teléfono como variables de investigación¹³. Es lícito atribuir diferente significación a una terminal que sólo permite realizar llamadas y enviar mensajes de texto, en relación a otra en la que, a través de sus plataformas, admite una gama de opciones para el usuario entre las cuales puede optar (Cantamutto, 2013): el usuario se vuelve así una terminal de múltiples redes (Baudrillard, 1994, p. 13) o un nodo de interacciones¹⁴ (Yus, 2010).

En una revisión pionera de los cambios en la escritura en el proceso del traspaso de lo analógico a lo digital, Cassany (2000) señala que, dentro de los aspectos pragmáticos en el entorno digital, los interlocutores corresponden a comunidades virtuales y ya no, necesariamente, locales o nacionales. Sin embargo, el teléfono móvil refuerza las interacciones entre miembros de un grupo de conocidos facilitando un canal permanente y (casi) sincrónico entre los usuarios. Dentro de las posibilidades que ofrece el móvil, la comunicación por SMS suele darse dentro de una red de conocidos, amigos y familiares, donde los vínculos están orientados hacia la solidaridad (Brown y Gilman, 1960) y proximidad, con un alto grado de confianza, en un eje horizontal. Sin embargo, algunas de estas relaciones no son completamente simétricas: tal el caso de la diada padres-hijos, en la que los padres se ubican en el polo de más poder aunque sigue orientada a la proximidad, conocimiento mutuo y afecto. El móvil, convertido en un apéndice (Forgays, Hyman y Schreiber, 2014), cataliza la mayoría de las conversaciones: desde las relaciones de pareja (Morey *et al.*, 2013) hasta las rupturas (Gershon, 2010), las comunicaciones con los padres y el control de estos sobre los hijos (Caronia, 2008). Distinguimos tres usos cardinales de los SMS en: i) mantenimiento de la relación o afectivos, ii) organización o “logísticos”¹⁵, iii) intercambio de información (Cantamutto, 2012).

Para identificar y describir los rasgos morfosintácticos y léxico-semánticos de la comunicación por SMS se utilizó un primer corpus de SMS (Cantamutto, 2012; 2014). Los fenómenos de mayor interés observados corresponden a aquellos que apelan funcionalmente a rasgos que otorgan rapidez —a través del principio de economía lingüística y brevedad—, expresividad y claridad, como tendencias predominantes en la construcción y dinámica discursiva del SMS, con una acumulación de rasgos expresivos necesarios para el mantenimiento de las relaciones interpersonales, tal como señala Vela Delfa para el correo electrónico (2005, pp. 670-671). A partir de identificar sus características, enten-

¹² Recomendamos, entre otros, la lectura de los análisis sobre consumo existentes en www.flurry.com (consulta: enero de 2012).

¹³ Como señalamos, el tipo de móvil y de teclado o modo de escritura son variables de estudio, ya que estas cuestiones se vinculan al manejo de las competencias propias de la comunicación digital repercutiendo en prácticas sociales y actitudes derivadas de la adecuación al contexto de la interacción o situación comunicativa. Algunos rasgos, como el uso de esqueletos consonánticos lo son de los teclados alfanuméricos, son propios de determinados modelos de móvil, así como también quienes tienen *Smartphone* usan los SMS para proponer una comunicación por otro medio (Cantamutto, 2013).

¹⁴ En una nota al pie, Yus (2010, p. 33) señala que internet con el móvil (y todos los otros dispositivos) están “imbricándose e hibridándose”.

¹⁵ Existen otras clasificaciones del uso de los SMS. Por ejemplo, Harrison y Gilmore (2012, p. 515), identifican SMS i) para estar conectados, ii) para comunicar interés o afecto, iii) para evadir el presente, iv) para interactuar en presencia de otros, v) para provocar, vi) para fines sexuales.

demostramos a los SMS dentro del llamado *estilo electrónico* (Vela Delfa, 2005, p. 670) que, a pesar de tratarse de un “estilo económico” está “marcado por la acumulación de recursos expresivos”.

4. Análisis de datos

Describir el uso situado de los recursos comunicativos provistos por una lengua determinada dentro de su propio sistema sociocultural, y la percepción de los hablantes sobre estos discursos (Bravo, 2009, p. 32), favorece el abordaje de cuestiones de (des)cortesía verbal e imagen, medulares en la construcción y negociación de la identidad interaccional que son definidoras en numerosas comunidades del estilo comunicativo de los grupos sociales. A ellas se presta especial atención dado el interés que presentan en relación con la significación de la cortesía para las comunidades objeto de estudio (Rigatuso, 2003 y 2008; Julián, 2011) y la complejidad que conlleva la articulación de sus elementos codificadores con la brevedad propia de la comunicación mediada por SMS. De esta manera, siguiendo la propuesta de Spencer-Oatey, quien señala que más allá del análisis que se puede realizar sobre el discurso producido es aun más interesante cotejar los comentarios de los hablantes, posteriores a la producción de los eventos (Spencer-Oatey, 2011, p. 3567), presentamos a continuación los resultados preliminares sobre la conceptualización de las estrategias de cortesía preferentes a partir de los comentarios recogidos en los test de hábitos sociales. Estos resultados serán, en investigaciones futuras, contrastados con los usos reales.

En primer lugar, la mayoría de los hablantes identifica la cortesía como una actitud positiva hacia el otro: respeto, amabilidad, educación. Al ser respuestas abiertas, que podían contener diferentes aspectos, los porcentajes acá mostrados corresponden a la cantidad de hablantes, respecto de cada comunidad. Los datos más relevantes corresponden a la amabilidad, ya que ambas comunidades coincidieron que era un rasgo propio de la cortesía: 48,8% de los hablantes del español bonaerense (EB) y 44,7% de los hablantes del español del País Vasco (EPV) así lo identificaron. Por otra parte, el 34,6% de los hablantes de EB junto al 27,7% de hablantes del EPV señalaron que el respeto era una característica fundamental. Donde se observa mayor diferencia es con respecto a la cortesía como sinónimo de educación y en relación a ponerse en el lugar del otro. De esta manera, para el primer caso, solo el 19,8% identificó cortesía con educación en Bahía Blanca mientras que la comunidad vasca lo relacionó el 38,3% de los hablantes. Esto se subvierte con respecto a ponerse en el lugar del otro o atender al contexto: así lo señalaron el 40,7% de los hablantes de EB y solo el 25,5% de los hablantes del EPV (véase **Tabla 2**).

Tabla 2: Aspectos asociados a la cortesía en hablantes de cada comunidad de habla

Cortesía como	<i>Español bonaerense</i>	<i>Español País Vasco</i>
<i>Amabilidad</i>	48,8%	44,7%
<i>Lugar del otro/ contexto</i>	40,7%	25,5%
<i>Respeto</i>	34,6%	27,7%
<i>“Listita” de buenas costumbres</i>	29,6%	6,4%
<i>Educación</i>	19,9%	38,3%

Fuente: *Elaboración propia, 2014.*

Las respuestas que señalan que la cortesía es sinónimo de “educación” o una “listita de buenas costumbres” que se aprenden, coinciden con Escandell Vidal (1998, p. 19) para quien “comportarse cortésmente no es una capacidad natural, sino una destreza que se logra como parte del proceso de socialización”. Por último, un porcentaje exiguo manifiestan que la cortesía son las fórmulas utilizadas con los desconocidos. Es curioso este dato porque en las respuestas sobre la cortesía en los SMS, una de las características principales es, justamente, las estrategias utilizadas con personajes que no pertenecen al círculo íntimo y restringido.

Ante la pregunta respecto de si existe cortesía en los SMS, un reducido grupo, el 12,8% de los encuestados, niega enfáticamente su existencia en los SMS; el 18,7% de hablantes señala que existe a veces y que depende de otros factores y, por último, el 62,2% restante sí considera que existe la cortesía en este tipo de comunicación. Además, algunos encuestados aportaron información sobre qué elementos identifican como catalizadores de la cortesía en los SMS. Un conjunto de respuestas adherían a nuestra hipótesis de que, a pesar de la brevedad propia del mensaje, es posible y esperable utilizar estrategias de cortesía en los mensajes: entre las que señalan los vocativos, fórmulas de saludo y despedida, y las anteriormente mencionadas para pedidos y agradecimientos. Es así que 38 hablantes identificaron “dentro de la lógica propia de los SMS” manifestaciones de cortesía esperables como el uso de “por favor/porfa”, “gracias/grax”, signos de admiración, emoticones, que no aparece señalado en el ítem anterior. Un número similar de encuestados (34 hablantes) relacionaron que la presencia de estrategias de cortesía dependía de la cercanía que tenían con el interlocutor asumiendo que a mayor distancia social, corresponden más expresiones de cortesía.

Con respecto a la pregunta sobre qué es la descortesía en los SMS, las respuestas abiertas ofrecieron diferentes aspectos de la descortesía por SMS, que fueron agrupadas en categorías más amplias. De esta manera, los porcentajes coincidentes se ubican con respecto a los SMS poco claros, cortantes o demasiado breves: entre quienes dieron respuestas, el 39% de los hablantes del EB dijeron que ésta era una característica de la descortesía por SMS mientras que el 48% de los hablantes de EPV lo señalaron. Un número elevado de hablantes indicaron que en la comunicación por SMS operan cuestiones propias de la cortesía en otros medios: así lo señaló el 48% de los hablantes de EB que contestaron a estas preguntas y el 64% de hablantes de EPV.

Uno de los datos llamativos es la identificación del uso del “ok” para avisar que se recibió el mensaje como estrategia de cortesía: este marcador tiene una apreciación negativa dentro del grupo etario de los jóvenes (Cantamutto, 2012 y 2013). Sin embargo, al mismo tiempo, en las respuestas sobre la descortesía en los SMS, respondieron “es poner ok, no saludar. Ser muy cortante y demasiado informativo”. Si observamos que entre las categorías señaladas, tres atienden a la falta de expresividad (íntimamente ligada a la cortesía verbal): el uso de “ok”, los SMS donde predomina la fase transaccional, el no uso de vocativo o fórmulas de saludo y los SMS breves, cortantes y poco claros¹⁶. En investigaciones previas señalamos que la comunicación por SMS está ligada a las fases interaccionales de la comunicación y no tanto a la transaccional a pesar de que se coliguen los SMS con intercambios con fines logísticos; tal como se observa también en los presente resultados.

Asimismo, siguiendo con la propuesta de Spencer-Oatey, observamos qué datos se desprenden de los comentarios que los hablantes hicieron sobre las situaciones en las que no enviarían un SMS por considerarlo inadecuado para sus metas comunicativas. A partir de identificar aquellos SMS donde los hablantes anuncian que van a llamar¹⁷ y, en particular, los comentarios de los hablantes que no enviarían un SMS pero sí llamarían¹⁸. Si bien los comentarios recogidos no son un número elevado, podemos inferir, comparativamente, en qué ocasiones el SMS no resulta suficiente o, mejor dicho, no corresponde como medio para alcanzar la meta comunicativa. Observemos la siguiente tabla (**Tabla 3**)

¹⁶ Estas cuestiones serán abordadas en un futuro en relación con los grupos etarios de pertenencia así como el uso del “ok” como marcador discursivo.

¹⁷ Por ejemplo: (7), hablante femenino, 18 años, EB, “Que los cuuumpas feeeliiiiizzz, que los cuuumpas feeeliiiiizzz!!!! te llamo en un ratín! Besito”.

¹⁸ Por ejemplo: (57), hablante masculino, 18 años, EB, “(no mandaría un mje, amerita llamado)”.

Tabla 3: El contexto de uso de los SMS

		<i>Para realizar un pedido</i>	<i>Para felicitar</i>	<i>Para agradecer</i>	<i>Para disculpar</i>
<i>Entre hermanos</i>	<i>Avisa que llamará</i>	0	5	1	1
	<i>Llamaría directamente</i>	1	2	2	1
<i>A los padres</i>	<i>Avisa que llamará</i>	3	33	1	7
	<i>Llamaría directamente</i>	4	8	2	10
<i>Entre amigos¹⁹</i>	<i>Avisa que llamará</i>	1	5	14	5
	<i>Llamaría directamente</i>	2	4	3	4
<i>Pareja</i>	<i>Avisa que llamará</i>	0	5	4	9
	<i>Llamaría directamente</i>	1	1	5	1
<i>A los hijos, sobrinos, ahijados²⁰</i>	<i>Avisa que llamará</i>	0	0	0	6
	<i>Llamaría directamente</i>	0	0	0	0

Fuente: Elaboración propia, 2014.

De esta manera, podemos ir diseñando el contexto de uso apropiado para realizar la comunicación por SMS u optar por otro modo como la llamada (tal como indicaron los cuatro entrevistados que no enviarían un SMS). Dentro del conjunto de actos de habla hemos considerado los directivos, que intentan que el destinatario haga algo a través de pedidos u órdenes, y expresivos, orientados a la manifestación de buenos deseos y felicitaciones. Así, dentro de la diada de hermanos, en los cuatro tipo de actos de habla (pedido, agradecimiento, disculpa y felicitaciones) la mayoría de los hablantes, independientemente de la edad y la variedad lingüística a la que pertenecen, escribieron los SMS que enviarían; en general, desprovistos de formas vocativas, expresiones de afecto o formas de saludo. Por su parte, en la diada padre/madre-hijo, un grupo menor de encuestados no ofrecen información sobre el acto de pedido sin aclarar el motivo, pero, ante la situación de tener que disculparse con sus padres por no ir a comer, un porcentaje exiguo pero significativo señaló que la ocasión requiere de un llamado. Por su parte, en las respuestas correspondientes a las felicitaciones por el cumpleaños, si bien enviaban un SMS, además de expresión correspondiente a las felicitaciones, hay un número elevado de declaraciones promisorias de un posterior llamado. Asimismo, otro grupo se disculpa por no poder asistir al cumpleaños, asumiendo que el SMS sólo es válido en caso de encontrarse lejos. En los siguientes ejemplos se observa lo anteriormente expuesto:

1. (178) hablante femenino, 31 años, EPV: “Felicidades! *En cuanto vuelva* lo celebramos”
2. (172) hablante femenino, 58 años, EB: “FELIZ CUMPLE MAMA, TE VEO *NI BIN LLEGUE*. PASALO HERMOSO” (en mayúscula todas las respuestas)
3. (121) hablante masculino, 31 años, EB: “Que los cumplas feliz que lo cumplas feliz!!! Apio verde mamele, pasala lindo, *despues te llamo*”.

¹⁹ En el test de hábito social se plantearon dos situaciones por cada uno de los actos de habla, en los que se cambiaba el sexo del interlocutor. En el presente trabajo, como no estamos analizando la variación según cuestiones de género se tomaron los resultados de la primera situación planteada (ítems 9,10, 13 y 14 de los test de hábitos sociales).

²⁰ El total de respuestas de esta diada se reduce a 82 ya que los hablantes de los grupos etarios más bajos no tienen vínculos con personas de menor edad y, por tanto, la situación no era familiar.

Asimismo, en los SMS escritos para las felicitar a un amigo, también se verifica un uso predominante de declaraciones promisorias del tipo “más tarde llamo” pero, principalmente, en el SMS indican que después harán una visita (en la casa, en algún bar). Los siguientes ejemplos bien sirven para ilustrar lo mencionado:

4. (179), hablante masculino, 36 años, EPV: “Zorionak artista. Disfruta del dia. *Luego te llamo*”.
5. (33), hablante femenino, 24 años, EB: “Pedrito!! muy feliz cumple!; muchas felicidades!! te deseo lo mejor y más!! un abrazo enorme y *a la tarde paso* por mates y torta ehh!!!!. Besote!”
6. (208), hablante femenino, 29 años, EPV: “Zorionak Pedro!!!! *Kedamos* luego y tomamos algo!;-)”

Igualmente, un fenómeno particular que se observa tanto en la interacción de pareja, en los cuatro tipos de acto de habla, como en los pedidos y las disculpas para la diada de amigos es que si bien es bajo el número de SMS que indican que van a llamar más tarde, muchos de los SMS indican que, posteriormente, por algún medio, se comunicarán. Es así que vemos con frecuencia la forma “hablamos” que no especifica el modo en que esa interacción se llevará a cabo. Vemos, a continuación, unos casos que lo demuestran: los ejemplos 7 y 8 corresponden a la diada pareja, y el 9 y 10 son de la diada entre amigos.

7. (10), hablante masculino, 27 años, EB: “después de tantos largos años, yo hoy te vuelvo a elegir. Mañana *hablamos*!! que descanses!! te amo!”
8. (27) hablante femenino, 36 años, español de Madrid: “No puedo ir al cine el viernes, no me acordaba que es el cumple de mi madre. Después *hablamos*. T kiero beso”
9. (213), hablante masculino, 30 años, EPV: “Ando cansado, al final creo que me voy a quedar en casa, toy muerto. Gracias por la oferta! mañana *hablamos*...”
10. (192), hablante femenino, 50 años, EPV: “Necesito urgente tu maleta de cabina. *Hablamos*”

Como vemos, entre amigos, hay múltiples opciones. En la primera situación de pedido (item 9), un SMS de respuesta a la pregunta sobre si faltaba algo en la reunión, no se registran comentarios sobre las contingencias o no de llevar adelante este acto de pedido a través del SMS, salvo aquellos hablantes que llamarían en todos los casos o quienes indican que llamarían para decir los gustos del helado. Sin embargo, en las respuestas a la situación 3 (correspondiente a la aceptación o rechazo de la invitación de una amiga luego de una discusión), nos encontramos con múltiples comentarios de “hablamos” luego del rechazo de la invitación, que se suma a otras estrategias propias de las estrategias para evitar dañar la imagen del interlocutor.

Por otra parte, dentro de las estrategias de cortesía utilizada por los hablantes, seleccionamos el uso de formas nominales vocativas que fungen, en la comunicación por SMS, como elementos cristalizadores de las estrategias de cortesía. Tal como relevamos en investigaciones previas (Cantamutto, 2012), en el español bonaerense se observa que dentro de las estrategias y los recursos que construyen, negocian y refuerzan la identidad del hablante y la del interlocutor, los vocativos se perfilan como recursos valiosos para establecer y mantener el contacto. Es por ello que en los SMS se observa, en los enunciados, elementos de uso fático apelativo para demostrar que se mantiene la “conexión interlocutiva” (Jorgensen y Aarli, 2011, p. 142). En la **Tabla 4**, es posible notar que el uso de este elemento del plano pragmático-discursivo, es mucho más frecuente en el EB que respecto al uso verificado en el EPV.

Tabla 4: Uso de formas nominales en función vocativo

		<i>Díadas</i>	<i>Usa vocativo</i>	<i>No usa</i>	<i>Total de SMS</i>
<i>Pedido</i>	<i>Español Bonaerense</i>	<i>Entre hermanos</i>	78 (48%)	84(52%)	162
		<i>Padre-hijo</i>	76 (21%)	76(78%)	162
		<i>A amigo</i>	33 (20%)	126(80%)	159
		<i>A amiga</i>	106(66%)	54(34%)	160
		<i>Entre pareja</i>	82(51%)	79(49%)	161
		<i>A hijo, sobrino</i>	13(35%)	24(65%)	37
	<i>País Vasco</i>	<i>Entre hermanos</i>	10 (21%)	37(79%)	47
		<i>Padre-hijo</i>	10(22%)	35(78%)	45
		<i>A amigo</i>	4(9%)	42(91%)	46
		<i>A amiga</i>	21(50%)	21(50%)	42
		<i>Entre pareja</i>	18(45%)	22(55%)	40
		<i>A hijo, sobrino</i>	12(29%)	30 (71%)	42

		<i>Diadas</i>	<i>Usa vocativo</i>	<i>No usa</i>	<i>Total de SMS</i>
<i>Agradecimiento</i>	<i>Español Bonaerense</i>	<i>Entre hermanos</i>	52 (33%)	107(67%)	159
		<i>Padre-hijo</i>	37 (23%)	121(77%)	158
		<i>A amigo</i>	64 (40%)	97(60%)	161
		<i>A amiga</i>	119(74%)	42(26%)	161
		<i>Entre pareja</i>	23(14%)	136(86%)	159
		<i>A hijo, sobrino</i>	4(11%)	32(89%)	36
	<i>País Vasco</i>	<i>Entre hermanos</i>	7 (16%)	37(84%)	44
		<i>Padre-hijo</i>	7(16%)	36(84%)	43
		<i>A amigo</i>	10(24%)	31(76%)	41
		<i>A amiga</i>	26(62%)	16(38%)	42
		<i>Entre pareja</i>	2(5%)	40(95%)	42
	<i>A hijo, sobrino</i>	4(10%)	36 (90%)	40	

Fuente: *Elaboración propia, 2014.*

Por último, en torno al uso de estrategias de cortesía propias de la comunicación por teléfono móvil. Es así que, de manera coincidente con nuestros anteriores resultados (Cantamutto, 2012), en el EB la presencia de vocativos y formas de saludo siguen siendo los elementos predominantes dentro de las estrategias de cortesía, mientras que en el EPV lo es el cambio de código en elementos cruciales dentro de la interacción como el uso de formas de saludo al inicio y al fin del intercambio también en euskera, así como el agradecimiento (“eskerrik asko”) y la disculpa (“barkatu”).

5. Palabras finales

La literacidad digital se configura a través de las múltiples pantallas, dispositivos, teclados, desde los cuales el usuario realiza sus prácticas letradas. Cada dispositivo condiciona de manera diferente los enunciados que se producen a través de él, las producciones de los hablantes deben considerar el medio en el que se está realizando la interacción para satisfacer sus metas comunicativas así como adecuarse a las expectativas del interlocutor. En tal sentido, creemos que es pertinente acuñar un concepto teórico como “digiteryacy” que no refiera únicamente a los signos lingüísticos como los determinantes de la interacción y que responda a las contingencias propias de cada medio. Al hablar de literacidad digital debe atenderse a: i) las competencias comunicativas, ii) las competencias tecnológicas, iii) las competencias comunicativas específicas de cada dispositivo en particular y iv) las estrategias de (des)cortesía y labor de imagen de cada comunidad de habla. Creemos que el concepto de literacidad digital, como competencia comunicativa, debe atender a los aspectos pragmáticos de la comunicación en cada comunidad de habla particular así como responder a los diferentes estilos comunicativos marcados, en oportunidades, por el grupo etario al que se pertenece. Dentro del abanico de opciones que el hablante tiene para realizar sus comunicaciones, los SMS responden a diferentes contingencias específicas de este modo. Sin embargo, según nuestros estudios previos, subyace a la producción de SMS la ponderación de algunos elementos para la gestión de las relaciones sociales: en la brevedad del mensaje, los elementos más valorados (y más exitosos) son los que mayor probabilidad tienen de aparecer.

Como se desprende de los resultados obtenidos a partir de los test de hábitos sociales, cada comunidad de habla comprende de manera particular las estrategias para conseguir sus metas comunicativas y estas no necesariamente coinciden con la interacción cara a cara o la interacción en cada una de las distintas interfaces artefactuales. Siguiendo a García y Placencia, los estudios sobre el español peninsular “apuntan hacia un estilo altamente solidario evidente en la preferencia manifestada por estrategias directas y poco uso de mitigación” (2011, p. 49) mientras que las investigaciones en torno al español de Argentina dan cuenta de un estilo intermedio entre las formas más deferenciales —como el mexicano, por ejemplo— y el estilo directo propio de los españoles, con una tendencia hacia el uso de fórmulas de cortesía (ibíd.). Esto mismo se observa en los resultados obtenidos en los test implementados, donde las formas descritas por los hablantes de español bonaerense presentan estrategias de cortesía en la mayoría de las diadas.

Por último, a modo de cierre, señalamos la importancia de seguir estudiando los aspectos pragmáticos, y en particular las estrategias de (des)cortesía, de la comunicación por SMS ya que en la brevedad de los SMS la alta frecuencia de determinados elementos hacen necesaria una revisión de qué implican para ambos interlocutores en la gestión interrelacional en cada contexto. En etapas futuras de nuestra investigación, seguiremos ahondando en los recursos y estrategias que eligen los hablantes en la comunicación por SMS en otros grupos etarios y en ambas comunidades de habla, ampliando el corpus y contrastando las percepciones con el uso real de los hablantes.

Agradecimientos

Esta investigación se desprende de una beca de posgrado tipo I de CONICET, para desarrollar la tesis *Economía y expresividad lingüísticas: aspectos pragmáticos de la comunicación por SMS en español bonaerense* en el doctorado en Letras (UNS) y forma parte del Proyecto de Grupo de Investigación “Estilo(s) Comunicativo(s) en la interacción para el español bonaerense: construcción de identidades, valores y creencias” (2011-2014), dirigido por Dra. Elizabeth Rigatuso, financiado por la Secretaría de Ciencia y Técnica (UNS). La investigación fue desarrollada durante una estancia de investigación en la Universidad de Deusto (España).

Agradezco al Dr. Joseba Abaitua por su acompañamiento durante mi paso por la Universidad de Deusto y por ir, poco a poco, contándome los avatares del País Vasco. Además gratifico los esfuerzos de la profesora María José Angulo del Pino, profesora de euskera de la UD, por transmitirme el entusiasmo por esta lengua. Eskerrik asko!

Por último, mis especiales agradecimientos a Francisco J. Cantamutto y Agostina Costantino por haberme iluminado en el análisis de datos.

REFERENCIAS

- Álvarez Martínez, S. (2008). Interacciones sincrónicas escritas en línea y aprendizaje de español: caracterización, perspectiva y limitaciones. En www.galanet.eu/publication/fichiers/Alvarez2008tesis.pdf (consulta: junio 2011).
- Barros García, M. J. (2011). *La cortesía valorizada en la conversación coloquial española: estudio pragmalingüístico*. Tesis doctoral, Universidad de Granada, Granada, España.
- Baudrillard, J. (1994). *El otro por sí mismo*. Buenos Aires: Anagrama.
- Bawden, D. (2001). Information and Digital Literacy: A review of concepts. *Journal of Documentation*, 2, 218-259.
- (2002). Revisión de los conceptos de alfabetización informacional y alfabetización digital. *Anales de documentación*, Vol. 5, 361-408.
- Boretti, S. (2003). Tests de hábitos sociales y la investigación de la cortesía. En D. Bravo, *Actas del Primer coloquio del programa EDICE "La perspectiva no etnocentrista de la cortesía: identidad sociocultural de las comunidades hispanohablantes"* (pp. 198-202). Estocolmo: Univ. de Estocolmo.
- Bravo, D. (2008). (Im)politeness in Spanish-speaking socio-cultural contexts: Introduction. *Pragmatics*, 18(4), 563-576.
- (2009). Pragmática, Sociopragmática y Pragmática sociocultural del discurso de la cortesía. Una introducción. En D. Bravo, N. Hernández Flores y A. Cordisco (eds.), *Aportes pragmáticos, sociopragmáticos y socioculturales a los estudios de la cortesía en español* (pp. 31-68). Buenos Aires: Dunken.
- Brown, P. y Levinson, S. C. (1987). *Politeness. Some Universals in Language Usage*. Cambridge: CUP.
- Brown, R. y Gilman, A. (1960). The pronouns of power and solidarity. En T. A. Sebeok (ed.), *Style in Language* (pp. 253-276). Cambridge: Mass., M. I. T. Press.
- Goody (ed.). (1978). *Questions and Politeness: strategies in Social Interaction*. New York: CUP.
- Buckingham, D. (2006). Defining digital literacy - What do young people need to know about digital media? *The Nordic Journal of Digital literacy*, 1(4), 263-276.
- Cantamutto, L. (2011). La conformación de un corpus de mensajería de texto: la interacción mediada digitalmente. En *Actas de las IV Jornadas de Investigación de Humanidades. Homenaje a Laura Laiseca*. Bahía Blanca: UNS (en prensa).
- (2012). *El uso de los mensajes de texto en el habla adolescente del español bonaerense*, Tesis de Grado sin publicar, Bahía Blanca: UNS.
- (2013). La recursividad de las interacciones contemporáneas. Límites teórico-metodológicos del estudio de los SMS como conversación. *Revista de Ciencias Sociales de la UNQ "Al abordaje de la comunicación contemporánea. Sociedad y cultura en los mundos de la mediación digital"*, 4(23), 83-103. Recuperado de www.unq.edu.ar/catalogo
- (2014). El discurso de los mensajes de texto en el habla adolescente del español bonaerense. En A. Parini y M. Gianmteo (eds.), *Lenguaje, discurso e interacción en los espacios virtuales* (pp. 65-81). Mendoza: Editorial FFyL-UNCuyo y SAL.
- Campbell, B. (1990). What is literacy? Acquiring and using literacy skills. *Australasian Public Libraries and Information Services*, 3(3), 149.
- Caronia, L. (2008). Growing up wireless: being parent and being a child in the age of mobile communication. En P. Rivoltella, *Digital literacy. Tools and methodologies for information society* (pp. 99-125). New York: IGI Publishing.
- Cassany, D. (2000). De lo analógico a lo digital. El futuro de la enseñanza de la composición. *Lectura y vida*, 21(4), 6-15.
- (2005). Investigaciones y propuestas sobre literacidad actual: multiliteracidad, internet y criticidad. En *Conferencia presentada en Congreso Nacional Cátedra UNESCO para la lectura y la escritura, Universidad de Concepción*, 24. Recuperado de: <http://www2.udec.cl/catedraunesco/05CASSANY.pdf> (consulta: febrero de 2014).

- (2012). *En línea. Leer y escribir en la red*. Madrid: Anagrama.
- Cassany, D. y Castellá, J. (2010). Aproximación a la literacidad crítica. *Perspectiva*, 28(2), 353-374. Recuperado de: www.perspectiva.ufsc.br
- Cuthbertson, A. (2014). The 'smell-o-phone': New device sends odours through smartphones. Recuperado de: <http://www.itproportal.com/2014/01/20/smell-o-phone-new-phone-sends-smells-messages/#ixzz2tgZugMf2> (febrero de 2014)
- Crystal, D. (2006). *Lenguaje and the Internet*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Escandell Vidal, V. (1998). Cortesía y relevancia. *La pragmática lingüística del español: Recientes desarrollos*, 22(7), 7-24.
- (2004). Aportaciones de la pragmática. *Vademécum para la formación de profesores. Enseñar español como segunda lengua*, 12(1), 179-197.
- Eshet-Alkalai, Y. (2004). Digital literacy: A conceptual framework for survival skills in the digital era. *Journal of Educational Multimedia and Hypermedia*, 13(1), 93-106.
- Fant, L. y Granato, L. (2002). Cortesía y gestión interrelacional: hacia un nuevo marco conceptual. *SIS Working papers*, IV.
- Forgays, D. K., Hyman, I., y Schreiber, J. (2014). Texting everywhere for everything: Gender and age differences in cell phone etiquette and use. *Computers in Human Behavior*, 31, 314-321.
- García, C. y Placencia, M. E. (2011). *Estudios de variación pragmática en español*. Buenos Aires: Dunken.
- Gershon, I. (2010). Breaking up is hard to do: media switching and media ideologies. *Journal of Linguistic Anthropology*, 20(2), 389-405.
- Gobato, F. (2013). La interacción social en la comunicación contemporánea. *Revista de Ciencias Sociales de la UNQ*, 23, 49-69.
- (2014). *La comunicación de la comunicación. Oralidad, escritura y digitalización en la de interacción contemporánea*. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes.
- Goffman, E. (1981). *Forms of Talk*. Filadelfia: University of Pennsylvania Press.
- Gumperz, J. y Hymes, D. (eds.). (1972). *Directions in sociolinguistics: The ethnography of communication*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Havelock, E. (1996). *La musa aprende a escribir. Reflexiones sobre oralidad y escritura desde la Antigüedad hasta el presente*. Barcelona: Paidós.
- Haverkate, H. (1994). *La cortesía verbal. Estudio pragmalingüístico*. Madrid: Gredos.
- Hernández Flores, N. (2002). Los test de hábitos sociales y su uso en el estudio de la cortesía: una introducción. En D. Bravo (ed.), *Actas primer Coloquio del Programa EDICE*. Recuperado de: www.primercoloquio.edice.org
- Herring, S. (1996). Introduction. En S. Herring (ed.), *Computer Mediated Communication. Linguistic, Social and Cross-Cultural Perspectives*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.
- Jordan, V., Galperin, H. y Peres, W. (coord.). (2011). *Acelarando la revolución digital: banda ancha para América Latina y el Caribe*. Santiago de Chile: Naciones Unidas.
- Julián, G. (2011). Elaboración de un test de hábitos sociales para el estudio de la (des)cortesía verbal en puestos de atención al público en Bahía Blanca. *Actas de las IV Jornadas de Investigación de Humanidades*. Bahía Blanca: UNS.
- Kerbrat-Orecchioni, C. (2004). ¿Es universal la cortesía? En D. Bravo y A. Briz, *Pragmática sociocultural: estudios sobre el discurso de cortesía en español* (pp. 39-54). Barcelona: Ariel.
- Lavandera, B. (1988). The social pragmatics of politeness forms. *Sociolinguistics/Soziolinguistik*, 2, 1196-1205.
- Lepp, A., Barkley, J. E., y Karpinski, A. C. (2014). The relationship between cell phone use, academic performance, anxiety, and Satisfaction with Life in college students. *Computers in Human Behavior*, 31, 343-350.
- López Rúa, P. (2007). Teaching l2 vocabulary through SMS language: Some didactic guidelines. *Estudios de Lingüística Inglesa Aplicada (ELIA)*, 7, 165-188. Recuperado de: <http://institucional.us.es/revistas/elia/7/11.%20Lopez%20rua.maq.pdf>

- Lotherington, H. y Jenson, J. (2011). Teaching multimodal and digital literacy in L2 settings: new literacies, new basics, new pedagogies. *Annual Review of Applied Linguistics*, 31, 226-246.
- McLuhan, E. y Zingrone, F. (1998). *McLuhan. Escritos especiales*. Buenos Aires: Paidós.
- McLuhan, M. y Quentin, F. (1994). *El medio es el masaje –Un inventario de efectos-*. España: Ediciones Paidós Ibérica.
- Morey, J. N., Gentzler, A. L., Creasy, B., Oberhauser, A. M., y Westerman, D. (2013). Young adults' use of communication technology within their romantic relationships and associations with attachment style. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1771-1778.
- Murillo Medrano, J. (2005). Significados de la cortesía lingüística a partir de la aplicación de un test de hábitos sociales en Costa Rica. En J. Murillo Medrano, *Actas del II Coloquio Internacional del Programa EDICE "Actos de habla y cortesía en distintas variedades del español: Perspectivas teóricas y metodológicas"* (pp. 115-136). Estocolmo y Costa Rica: Univ. de Costa Rica y Univ. de Estocolmo.
- Ong, W. J. (1997). *Oralidad y Escritura. Tecnologías de la palabra*. Argentina: Fondo de Cultura Económica.
- Panckhurst, R. (2009). Short Message Service (SMS): typologique et problématiques futures. En T. Arnaviellie (coord), *Pholyphonies, pour Michelle Lanvin* (pp. 33-52). Montpellier: Université Paul-Valéry Montpellier.
- Placencia, M. E. y García, C. (eds.). (2008). *Research on Politeness in the Spanish-Speaking World*. London: Lawrence Erlbaum Associates.
- Placencia, M. E., y Bravo, D. (2002). *Actos de habla y cortesía en español* (Vol. 5). Muenchen: Lincom Europa.
- Spencer-Oatey, H. (2000). Rapport management: a framework for analysis. En H. Spencer-Oatey (ed), *Culturally Speaking: Managing Rapport Through talk across cultures* (pp. 11-46). London: Continuum.
- (2001). Disagreement in authentic Chinese-British business meetings: Unpackaging the role of culture. *Regional Conference of the International Association for Cross-Cultural Psychology*.
- (2011). Conceptualising 'the relational' in pragmatics: Insights from metapragmatic emotion and (im) politeness comments. *Journal of Pragmatics*, 43(14), 3565-3578.
- Sperber, D., y Wilson, D. (1987). Précis of relevance: Communication and cognition. *Behavioral and brain sciences*, 10(4), 697-710.
- Rigatuso, E. M. (1987). Dinámica de los tratamientos en la interacción verbal: preparación y apertura conversacionales. *Anuario de Lingüística Hispánica*, III, 59-80.
- (2008). "¡Qué! ¿Tienen calor?" Conversación de contacto en español bonaerense: de interacciones institucionales, de servicio y sociales. *Oralia*, 11, 133-168.
- Tagg, C. (2009). *A corpus linguistics study of SMS text messaging*. Canadá, University of Birmingham. Recuperado de: <http://etheses.bham.ac.uk/253/1/Tagg09PhD.pdf>
- Tannen, D. (1984). *Conversational Style: Analyzing Talk Among Friends*. Norwood, NJ.: Ablex Publishing Corporation.
- Vela Delfa, C. (2005). *El correo electrónico: un nuevo género en nacimiento*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid. Recuperado de: http://www.galanet.be/publication/fichiers/tesis_cristina_vela_delfa.pdf
- Walther, J. B. (1996). Computer-mediated communication impersonal, interpersonal, and hyperpersonal interaction. *Communication research*, 23(1), 3-43.
- Weinberger, D. (2008). *Everything is Miscellaneous, The Power of the New Digital Disorder*. Nueva York: Henry Holt and Co. Inc.
- Yus, F. (2010). *Ciberpragmática 2.0. Nuevos usos del lenguaje en Internet*. Barcelona: Ariel.

SOBRE LA AUTORA

Lucía Cantamutto: candidata al Doctorado en Letras, orientación lingüística (Universidad Nacional del Sur), es también becaria doctoral del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas de Argentina. Sus líneas de trabajo se centran en la variación pragmática y sociolingüística en la comunicación por SMS en el español bonaerense. Ha realizado una estancia de investigación en la Universidad de Deusto (España).