

La comunicació electrònica i l'oralització discursiva

Electronic communication and orality discourse

ANNA I. MONTESINOS LÓPEZ
UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

Artículo recibido el / *Article received*: 2018-07-23
Artículo aceptado el / *Article accepted*: 2018-09-19

RESUM: La comunicació electrònica és un reflex de la societat actual, de les seues tendències i dels seus valors culturals. En aquest sentit, hi ha una alta valoració cap a la informalitat i es produïxen fenòmens canviants dels paràmetres establerts quant a la privacitat, l'afectivitat, etc. l'intercanvi comunicatiu digital. Així mateix, s'estableix un canvi predominant cap a formes oralitzants en l'escriptura i les pràctiques socials electròniques contribueixen als canvis fonamentals en la distinció entre les formes parlades i escrites de la llengua. Actualment, es generen processos d'informalització o conversalització i tecnològització del discurs i en les pràctiques discursives es detecten mesclades d'estils formals i informals, marcadors de familiaritat. En aquest sentit, la comunicació electrònica es diferencia d'altres formes comunicatives per la presència de determinades expressions abreujades, representacions emocionals, per una ortografia no estàndard i la disminució de la densitat informativa, entre altres trets.

Paraules clau: comunicació electrònica, informalització, oralització, repertori comunicatiu.

ABSTRACT: Electronic communication is a reflection of today's society and its tendencies and cultural values. In this sense, a premium is placed on informality, and phenomena are at work within the digital exchange of information that are changing long-established parameters affecting privacy, expressions of emotion, etc. Meanwhile, there has been a pronounced shift toward forms of writing that are more similar to oral discourse. Electronic communication has contributed to fundamental changes in the distinctions between spoken and written language. There is currently a process of ever-greater informality and conversationality. Contemporary discursive styles mix formal and informal styles and display a number of familiarity markers. In this sense, electronic communication differs from other communicative forms due to the presence of certain expressions, abbreviations, emotional representations, non-standard spellings and the reduction of information density, among other features.

Keywords: electronic communication, informalization, oralization, communicative instrumentalities.

1. INTRODUCCIÓ

Quan Jules Verne va concebre la humanitat connectada arreu del món per mitjà d'uns cables en la seua novel·la *París segle XX*, possiblement no va imaginar que, anys després, aquests humans inventarien una gran quantitat de tecnologia electrònica facilitadora de la connexió humana i d'estratègies comunicatives per fer-ne ús, a fi de garantir el contacte amb les altres persones d'arreu del món.

Quan es tracta de comunicació electrònica no presencial, açò és, els interlocutors es comuniquen mitjançant un dispositiu electrònic i no són presents físicament, els participants de l'acte comunicatiu empen estratègies diverses a fi d'assolir l'èxit comunicatiu. Així, doncs, quan dos éssers o més es comuniquen mitjançant una pantalla visual amb so (per exemple, de tipus Skype), la sensació d'estar amb l'altre, evidentment, és major que quan la comunicació es realitza per mitjà de missatges escrits, sense possibilitat de visió de l'interlocutor o els interlocutors i totes les expressions corporals i l'entonació que acompanyen la comunicació visual de l'altre amb una pantalla. Això no obstant, d'una banda, la comunicació digital és pobre en mirada (Han 2014, 30) i, d'una altra, els participants de la comunicació electrònica no cobreixen els seus desitjos d'olorar o de tocar el seu interlocutor. La percepció humana no es redueix a allò visual, sinó que implica també la participació d'altres sentits i, evidentment, el mitjà digital despulla la comunicació del seu caràcter tàctil i corporal. Una de les tendències de la filosofia contemporània remarca que la comunicació digital manca de cos i de rostre, així com també explica que allò digital sotmet a una reconstrucció radical la tríada lacaniana d'allò real, allò imaginari i allò simbòlic (Han 2014, 29-30).

Si reprenem el cas anterior, almenys, en la comunicació audiovisual electrònica, els interlocutors sí que hi poden escoltar la veu dels altres participants lleugerament modificada i transportada per ones, amb els moviments i la gestualitat que els acompanya a través de símbols i icones. El somriure, en aquest cas, o les llàgrimes són quasioriginals; no ocorrerà així en la comunicació electrònica escrita, en què el somriure, les llàgrimes o qualsevol altra mostra emotiva seran una còpia simbòlica que es mostrarà mitjançant una imatge, si és que arriben a manifestar-se per voluntat pròpia dels interlocutors.

Si la comunicació interpersonal i social ha estat i és objecte d'estudi, a fi d'entendre el desenvolupament i manifestació dels fets comunicatius, i d'aquesta manera poder millorar les relacions humanes, la comunicació electrònica és, ara per ara, l'eina que ens facilita la comunicació de forma digital sense haver-hi presència física dels interlocutors. En aquest estudi de la comunicació electrònica o digital en la llengua catalana considerem, en primer lloc, els fenòmens comunicatius que esdevenen a Internet; en segon lloc, tractem la tendència oralitzadora

i informalitzadora en el discurs electrònic, i, finalment, analitzem el repertori comunicatiu que hi ha en les relacions que s'estableixen mitjançant els dispositius electrònics.

2. FENÒMENS COMUNICATIUS A INTERNET

És ben palés que el fet comunicatiu és complex i que quan ens comuniquem no sols passem informació, sinó que també fem relació (Serrano 2003, 125). Per això, una bona competència comunicativa exigeix una competència emocional que li done sentit pel fet que l'embolcalla amb els trets de la no-linealitat per harmonitzar el tot i les parts (Serrano 1999, 13).

Així, doncs, destaquem el paper destacat que té l'afecte en les relacions a Internet, atés que la comunicació digital en virtut de la seua temporalitat transporta més afectes que la comunicació analògica i és precisament per això que podem afirmar que el mitjà digital és un mitjà de l'afecte (Han 2014, 9).

En aquest sentit, si recuperem les idees de Bauman i el concepte *liquiditat* en les relacions afectives contemporànies, veiem que l'autor projectava aquest concepte cap a l'àmbit emocional com a signe de la modernitat. L'ús i l'abús dels emojis i de les emoticones expressives en la comunicació digital en són un bon exemple. Com apunta Bravo (2015), en les comunicacions virtuals aquesta liquiditat pot transmutar-se en vaporositat, atenant les particularitats del medi: anònim, efímer, interactiu..., és a dir, un escenari perfecte per al desenvolupament de relacions sense més compromís que el que hagin acordat les persones interessades. Així mateix, continua dient que davant d'aquest panorama líquid-vaporós la importància del pacte entre iguals hauria de ser la norma ètica per evitar situacions de desigualtat o injustícies.

D'altra banda, pel que fa a la formació i conformació de grups d'usuaris i d'internautes, Internet es converteix en un dels vehicles més poderosos del consum massiu, atés que l'acumulació de contactes que alguns anomenen *amistats* marca una de les característiques de les xarxes socials. Segons Bravo (2015), ens recorda allò de l'acumulació primitiva de la qual parlava Marx per definir els orígens del capitalisme, ja que ara estem davant d'un fenomen d'acumulació hedonista l'objectiu del qual és mostrar als altres el nostre poder: primer perquè el que no està en una xarxa és vist com un tipus marginal –o que s'automargina– i després perquè, si hi estàs, has de demostrar la teva capacitat per fer amics i tenir-los en lloc segur.

Un altre tret de la comunicació a Internet és que els habitants digitals de la xarxa no es congreguen, ja que, segons Han (2014, 17-18), els falta la intimitat de la congregació, que produiria un *nosaltres*. En aquest sentit, constitueixen una

concentració sense congregació, una multitud sense interioritat, un conjunt sense interioritat, sense ànima o esperit. Així, doncs, són models col·lectius fugaçs i inestables i els caracteritza la volatilitat, ja que es dissolen tan ràpid com han sorgit. Per aquest motiu, Gubern (2000, 139) anomena aquests grups amb el nom «comunitats invisibles», els quals estan units només per la comunicació escriptural.

La comunicació digital destrueix l'espai públic i aguditza l'aïllament de les persones (Han 2014, 53), ja que a través de les finestres no mirem un espai públic, sinó altres finestres (Han 2014, 23). D'aquesta manera, mitjans com ara els blogs, Twitter o Facebook liquiden la mediació de la comunicació, és a dir, la desmediatitzen, de forma que cadascú produeix i envia informació. Fet i fet, el lema, segons Eco (2016, 39), és: «Tuitege, doncs existisc». D'aquesta manera, la desmediatització condueix, en molts àmbits, a una massificació en la qual el llenguatge i la cultura es tornen superficials, es fan vulgars (Han 2014, 24).

Un altre tret que caracteritza la comunicació a Internet és la dissolució de les fronteres entre allò públic i allò privat. Avui predomina una falta total de distància, en la qual la intimitat és exposada públicament i allò privat es fa públic. Per això es diu que la comunicació digital desfà, en general, les distàncies i és precisament aquesta falta de distància la que condueix al fet que allò públic i allò privat es mesclen. Així mateix, la destrucció de les distàncies espacials va de la mà amb l'erosió de les distàncies mentals (Han 2014, 7).

Quant a la pèrdua de la privacitat, en paraules d'Eco (2016, 43):

Abans, l'amenaça a la privacitat era el xafardeig i el que es temia del xafardeig era l'atemptat contra la nostra reputació, traure al carrer els draps bruts que havien de ser legítimament rentats a casa. Però, tal vegada a causa de l'anomenada societat líquida, en la qual tot el món sofreix una crisi d'identitat i de valors, i no sap on anar a buscar punts de referència que li permeten definir-se, l'única manera d'aconseguir reconeixement social és 'fer-se veure' a tota costa.

D'altra banda, el mateix Eco repren les paraules de Zygmunt Bauman a fi de destacar que les xarxes socials (en especial Facebook) representen un instrument de vigilància del pensament i de les emocions alienes, que són emprades per distints poders amb una funció de control, gràcies a l'elaboració entusiasta de qui forma part d'ells; per concloure, aquest autor apunta que, per primera vegada en la història de la humanitat, els espies col·laboren amb els espies per facilitar-los el treball, i aquesta entrega els proporciona un motiu de satisfacció perquè algú els veu mentre existeixen, i no importa si existeixen com a criminals o com a imbècils. Això mateix és el que apunta Han (2014, 75) quan diu que els habitants del panòptic digital no són presoners i que viuen de la il·lusió de la llibertat, ja que alimenten el panòptic digital amb informacions de forma que s'exposen i

il·luminen voluntàriament, on la pròpia il·luminació és més eficient que la il·luminació aliena. D'aquesta manera, seguint Han (2014), la societat del control es consuma allà on els seus habitants es comuniquen no per coacció externa, sinó per necessitat interna, o siga, on la por d'haver de renunciar a la seua esfera privada i íntima cedeix el pas a la necessitat d'exhibir-se sense vergonya, és a dir, on no poden distingir-se llibertat i control. Així, vigilància i control són una part inherent a la comunicació digital.

El fet que la comunicació esdevinga sense la presència física dels participants ens porta a replantejar conceptes en aquest tipus de comunicació com són l'anonimat i el respecte. Veiem com sovint la identitat personal experimenta un procés de multiplicació i fragmentació, per raó de les múltiples identitats virtuals que s'hi afegeixen, les quals, fins i tot, en els casos extrems, arriben a substituir la pròpia identitat de la persona en la vida real (Yus 2001, 46). Per exemple, els participants dels xats adopten un àlies o un malnom, que generalment canvien segons els propis interessos, fet possible gràcies a l'anonimat de les interaccions. Així, les identitats de les persones cibernetes es generen segons la forma en què aquestes es mostren en el discurs. En conseqüència, un dels trets més importants de les comunitats virtuals és la identitat textual, ja que els textos contenen els trets d'identitat de les persones que els escriuen.

Sabem que, freqüentment, els escrits són anònims o tenen una autoria fictícia. Si tenim en compte que l'anonimat i el respecte s'exclouen entre si i que aquest va unit al nom, observem que la comunicació anònima, que és fonamentada pel mitjà digital, destrueix massivament el respecte. És, en part, responsable de la creixent cultura de la indiscreció i de la falta de respecte (Han 2014, 8). El mitjà digital, que separa el missatge del missatger, la notícia de l'emissor, destrueix el nom. Al caràcter nominal dels missatges van unides determinades pràctiques com són la responsabilitat, la confiança, etc.

En aquest sentit, en la comunicació interpersonal en la xarxa, la invisibilitat física dels comunicants aporta un avantatge i un inconvenient alhora: per una banda, protegeix els corresponsables amb un anonimat *de facto*, i això els permet o una major franquesa comunicativa o, per contra, una ocultació de defectes propis, o una simulació avantatjosa; per una altra, aquesta invisibilitat fa també que la comunicació siga menys completa que si fora cara a cara (Gubern 2000, 143).

Tocant a la identitat de les persones, és ben palés que Internet genera la disminució dels trets discursius macrosociològics assumits per cada persona, com és la pertinença a una determinada comunitat de parla o sexe. Segons Yus (2001, 44-46), aquest procés de minimització es deu a la capacitat dels usuaris per dur a terme relacions interactives amb persones que pertanyen a comunitats de parla molt allunyades culturalment i geogràficament, un fet que pot arribar a diluir els marcadors socials d'identitat, alhora que altres trets importants com ara el sexe

simplement desapareixen per la dependència del text escrit que posseeixen els usuaris d'Internet.

Quant a la identitat de gènere, malgrat que es creia que Internet posaria fi a les diferències entre les persones, com per exemple les característiques divergents que Lakoff (1975) va indicar en la parla de les dones i dels homes, els últims estudis apunten que no és així, sinó que la realitat és més propera als plantejaments de Lakoff del que podríem pensar. Així, Sabater (2015) en uns estudis de gènere en l'àmbit de la comunicació electrònica conclou que les dones convergeixen més que els homes en l'estructura del fòrum de discussió i que hi ha un estil més íntim personal i emocionalment expressiu dels missatges escrits per dones i que afavoreixen les bones relacions en lloc del simple intercanvi d'informació, com passa en les converses cara a cara entre dones. Així mateix, conclou que les dones usen els marcadors d'atenuació de poder molt més freqüentment que els homes (Sabater 2015). Així, doncs, els resultats indiquen que les diferències de gènere existeixen en la comunicació a Internet, un camp que inicialment estava considerat lliure de trets diferencials. Per altra banda, en els mateixos estudis, l'anàlisi intercultural indica que les pràctiques discursives en anglés inclouen més marcadors d'atenuació que en espanyol. Per tant, també hi ha diferències quant a l'ús de les llengües segons les característiques inherents, per exemple, també trobem que l'anglés presenta una major informalització que altres llengües, com ara el català, en contextos diferents (Turney et al. 2003; Montero et al. 2009).

Finalment, hom parla d'una crisi de la comunicació en el sentit que els nous mitjans de comunicació són admirables, però produeixen un soroll comunicatiu enorme (Han 2014, 26), atés que una vegada que algú pot saber-ho tot de tothom, quan els tots s'identifiquen amb la totalitat dels habitants del planeta, l'excés d'informació només produirà confusió, soroll i silenci (Eco 2016, 43).

3. L'ORALITZACIÓ I LA INFORMALITZACIÓ A INTERNET

És ben palés que la comunicació a Internet forma part important de la praxi social actual, la qual implica unes habilitats lingüístiques i comunicatives. Seguint Salvador (2016), la gestió de les activitats públiques en un marc democràtic exigeix aquest aprenentatge, que mobilitza molts factors pragmàtics: necessitat d'una autorepresentació adient, control d'un codi verbal elaborat, capacitat d'interaccionar amb l'auditori, estratègies de persuasió i sintonització empàtica, normes de cortesia, etc.

El ciberllenguatge és un llenguatge centaure (Baron 2000, 248), que conté característiques tant del llenguatge oral com del llenguatge escrit. Aquest fenomen és el de la inscriptura tecnològica de l'oralitat, que, segons Salvador (1989b, 22),

permet combinar en diverses fórmules les característiques de la comunicació oral (utilització de la veu, aparença d'immediatesa, etc.) amb alguns dels avanços de l'escriptura (fixació, difusió massiva en l'espai i en el temps, conservació més enllà de les coordenades pragmàtiques de la producció discursiva, etc.).

Hi ha una mena d'hibridació en els escrits de certs àmbits col·loquials i formals en què es mescla el repertori del telèfon mòbil, del correu electrònic i del xat amb els dels àmbits esmentats, on no es fa ús d'aquests mitjans electrònics. Aquests es caracteritzen per un estil telegràfic amb nombroses elisions. No obstant això, l'escenari de la comunicació electrònica és diferent. L'espai del qual es disposa a la pantalla de l'ordinador és limitat i els textos tendeixen a reduir-se respecte del suport paper. En el cas del telèfon mòbil, l'espai encara és més menut i la necessitat de reduir al màxim els missatges és bàsica per al bon funcionament de l'acte comunicatiu. En el correu electrònic l'estructura dels paràgrafs és de quatre línies o menys (Crystal 2001, 114) i en el xat la mitjana de mots per cada missatge és de sis. Per tant, l'actual tendència cap a l'oralitat comunicativa es pot exemplificar amb la important reducció del nombre de paraules per frase que s'ha anat produint al llarg del temps (Baron 2000).

Així, podem dir que les principals característiques de la comunicació en Internet són les següents (Montesinos 2002, 44):

1. No és un mitjà passiu, sinó que l'usuari ha d'interactuar amb l'ordinador per a obtenir informació.
2. La comunicació no és presencial, de manera que o bé els participants de la comunicació no es veuen i per tant la comunicació no verbal es perd o ho fan a través de la pantalla de l'ordinador, de manera que, en el primer cas, la comunicació és escrita, mentre que en el segon és oral, pantalla a pantalla. Així, el mitjà permet la simultaneïtat dels canals auditiu i visual en la comunicació.
3. Amb la rapidesa i la immediatesa pròpia d'aquesta tecnologia es crea la il·lusió d'una conversa real (Mey 1996, 225).
4. El mateix mitjà genera l'economia del llenguatge i els participants fan ús de diferents estratègies de compensació de l'oralitat en el text.

Així, doncs, es tracta d'un nou registre comunicatiu que podem anomenar conversa escrita o escriptura conversacional. Fet i fet, els trets esmentats més amunt i d'altres, com ara l'augment de l'argot tècnic, la disminució del nombre de paraules, l'increment del nombre d'abreviacions i de frases inacabades, entre altres són trets de la comunicació electrònica escrita (van Dijk 1999, 215).

En aquest sentit, es considera un mitjà conversacional perquè, com va apuntar Payrató (1988, 181-183) es pot dur a terme amb un nombre indeterminat de

locutors, no és una activitat pautaada amb antelació, sinó que es regula mentre es desenvolupa, es pot donar entre interlocutors de diferent estatus i característiques en qualsevol moment, predomina el tenor interactiu i destaca el to d'informalitat.

Com ja hem expressat més amunt, Internet (sobretot les xarxes socials) és principalment un mitjà conversacional i, per tant, no hem d'oblidar que la conversa com a joc participatiu té una finalitat cooperativa (Salvador 1988, 13). Per a l'èxit comunicatiu, la higiene de la interacció discursiva passa, és obvi, pel coneixement dels mecanismes que la sustenten (Salvador 1988, 20). Evidentment, la comunicació és pràcticament espontània i es tracta de la varietat col·loquial, la qual es manifesta sobretot a través de textos de naturalesa conversacional (Payrató 2000, 9).

Això no obstant, Salvador (1989a, 88) expressava que en la nostra societat de cultura ningú –o quasi ningú– parla com escriu, però tampoc ningú parla com si no haguera escrit o llegit. En aquest sentit, segons Eco (2016, 41):

Twitter és com el bar Sport de qualsevol poble o suburbi. Parla el babau del poble, el petit terratinent que creu que el persegueix Hisenda, el metge amargat perquè no li han donat la càtedra d'anatomia comparada en la gran universitat, el que està de pas i s'ha pres ja moltes copetes de grapa, (...), i (de vegades) el que exposa opinions sensates.

[...] El cel d'internet el solquen opinions irrellevants, perquè a més a més, si bé es poden expressar idees genials en menys de cent quaranta caràcters (com ara estima al proïsme com a tu mateix), per escriure La riquesa de les nacions d'Adam Smith se'n necessiten més, i potser més encara per aclarir què significa $E = mc^2$.

Així mateix, podem establir una comparació entre els trets definatoris de la interacció tradicional i les noves formes copsades per les figures del ciborg, la xarxa sociotècnica i la comunitat virtual, el resum de la qual es pot veure en la taula següent (Tirado i Gàlvez 2002):

Interacció tradicional	Interacció electrònica
1. Copresència dels actors en l'espai i el temps.	1. No cal la copresència ni en el temps ni en l'espai.
2. Interacció entre éssers humans.	2. Interacció entre <i>cyborgs</i> .
3. Possibilitats per establir interaccions limitades.	3. Possibilitats per establir interaccions infinites.
4. Audiència controlable.	4. Audiència inabastable.
5. Identificació clara de l'interlocutor.	5. Identificació efímera de l'interlocutor.

Interacció tradicional	Interacció electrònica
6. El context físic o material és molt rellevant.	6. El context rellevant és el de la simulació.
7. La interacció predominant és la verbal.	7. La interacció és per mitjà d'un conjunt de textos escrits, imatges, so...
8. La comunicació no verbal és rellevant i física: gestos, mirades...	8. La comunicació no verbal és rellevant i no física.
9. La motivació per interactuar és clarament identificable.	9. La motivació per interactuar és difusa.
10. L'estructura de la interacció és estable.	10. L'estabilitat estructural és precària i borrosa.
11. La interacció conté modalitats comunicatives limitades i excloents.	11. La interacció és plurimodal, pot incloure múltiples modalitats de comunicació i tipus de continguts.
12. La identitat dels interactuants és relativament estable.	12. Hi ha invenció, construcció i reconstrucció d'identitats.

D'altra banda, es parla del fenomen de la informalització del discurs, que s'ha anat produint durant la segona meitat del segle XX, i especialment cap a les acaballes, el qual és un fenomen complex que implica una tendència cap a estils més orals (Biber i Finegan 1989). Ara per ara, els valors culturals contemporanis donen una alta valoració a la informalitat i hi ha un canvi predominant cap a formes oralitzants en l'escriptura (Fairclough 1992). En aquest sentit, les pràctiques socials electròniques han contribuït als canvis fonamentals en la distinció entre les formes parlades i escrites de la llengua. Es generen processos d'informalització o conversalització i tecnològització del discurs i en les pràctiques discursives es detecten mesclades d'estils formals i informals, vocabularis tècnics i no tècnics, marcadors de familiaritat (Fairclough 1995). La comunicació electrònica es caracteritza per determinades formes abreujades, expressions emocionals, etc. (Crystal 2001), per una ortografia no estàndard que representa la falta de formalitat (Yus 2001, 2010) i per donar lloc a nous gèneres híbrids (Herring 2004).

Així, doncs, en el comportament lingüístic que hi ha a les xarxes socials són destacables els paràmetres d'informalització discursiva com són la llargada dels missatges i de les frases, els renecs, els col·loquialismes, la grafia fonètica i el dialecte visual, etc.

4. REPERTORI COMUNICATIU I ESTRATÈGIES LINGÜÍSTICODISCURSIVES

Vist que la interacció es produeix de manera no presencial, els elements no verbals (elements proxèmics i quinèsics) i paraverbals (la veu, les vocalitzacions, etc.) de l'oralitat presencial no són possibles. Això no obstant, hi ha estratègies de substitució d'aquests elements, com és ara la variació ortogràfica que reflecteix la varietat geogràfica dels parlants i l'ús de majúscules en els mots que tenen una intensitat major. L'espontaneïtat del mitjà no només propicia l'estil i el to informals, sinó que també facilita les errades ortogràfiques, intencionades (a fi d'una escriptura ràpida o creativa) i no intencionades (causades per un tecleig ràpid o per deixadesa o desconeixement).

En la comunicació electrònica, s'empren diverses estratègies per compensar en el text electrònic els trets no verbals, vocals i visuals, propis de la comunicació cara a cara. Les estratègies d'oralització del text escrit són diverses (Yus 2001, 142-145) i s'hi distingeix entre ortografia fonètica, col·loquial, geovariacional, prosòdica, interlingüística i homofònica.

En primer lloc, l'ortografia fonètica consisteix a escriure el discurs de la forma com és pronunciat de forma oral, es produeix per exemple en *ieeee*, *iepa* o *xeee*.

En segon lloc, l'ortografia col·loquial suposa una reducció col·loquial de les paraules a causa de la pronunciació en la cadena parlada, com ara *ja* (*hi ha*).

En tercer lloc, l'ortografia geovariacional és la representació de les variacions geogràfiques d'una llengua. En aquest cas es parla de dialecte visual, ja que implica la representació textual dels trets fonètics típics d'una determinada varietat lingüística o dialecte. Per exemple: *minjar*, *giner*, *ascolta*, *conèixe* (caiguda de la *-r* final dels verbs en forma infinitiva), etc.

En quart lloc, l'ortografia prosòdica, que és la representació de prosòdia de la veu, serveix per compensar l'absència del to de la veu i mostrar les connotacions de la pronúncia. El significat del missatge és molt més que el contingut semàntic de les paraules que el formen (Crystal 2001, 121), ja que l'ortografia prosòdica, juntament amb altres estratègies com són les emoticones, modifiquen i complementen el significat global dels missatges. Per exemple: *nooooo*, *mmmm*, etc.

A continuació, l'ortografia interlingüística és la representació de la grafia fonètica de préstecs d'altres llengües, adaptant-los a les normes de la llengua de destinació, com és ara l'afegiment de la *e* epentètica als mots anglesos que comencen amb una *s* líquida. La llengua catalana a Internet té préstecs sobretot provinents de l'anglès i del castellà, per exemple: *imeil* (*e-mail*), *siyu* (*see you*),

Finalment, l'ortografia homofònica suposa una alteració ortogràfica per substitució lèxica o per substitució grafèmica. La substitució lèxica consisteix

a escriure un mot o part d'aquest amb una altra forma semblant fonèticament, amb la qual cosa el mot esdevé més curt i s'escriu més ràpidament. Aquest és un fenomen juganer típic de la llengua anglesa, com es pot veure en els mots i els acrònims següents: *q* (*que*), *7mana* (*setmana*), etc.

A més a més, les abreviacions es donen amb freqüència per diversos motius. D'una banda, el mitjà demana una escriptura ràpida i com menys s'haja de teclejar millor. A més a més, l'espai d'escriptura és relativament reduït i convé reduir al mínim el nombre de caràcters. D'altra banda, la predisposició dels participants cap a la creativitat i el joc donen lloc a abreviacions noves i a l'ús d'altres ja conegudes, com són *perfa*, *plis* o *xfa*.

D'altra banda, com ocorre en altres llengües, en català l'element gramatical elidit amb més freqüència és el pronom de subjecte, vist que la informació que aquest proporciona es compensa amb el nom o el malnom de l'usuari, que apareix al principi de l'enunciat (Baron 2000, 193; Yus 2001, 147).

Vist que la comunicació electrònica té lloc sense la copresència dels participants i, per tant, els trets físics, la conducta tàctil, la proxèmica, etc. no es poden percebre, des dels inicis es van crear unes icones amb pretensió de validesa universal, en un principi generades mitjançant els caràcters del teclat (signes ASCII) i posteriorment integrades en els programes, per poder expressar sentiments, emocions, etc. i indicar en el text les instruccions necessàries per ser interpretat. Sembla ser que per parlar del món es fa ús dels signes verbals, mentre que per parlar de nosaltres mateixos i de les nostres relacions, per expressar sentiments, etc. es recorre als signes no verbals (Serrano 1993, 256), com ara les emoticones.

Les emoticones i els emojis aporten a la comunicació telemàtica uns detalls que humanitzen la fredor que caracteritza aquest tipus de comunicació, de manera econòmica, sense haver d'escriure molt. Com que es tracta d'una interacció no presencial, aquestes icones s'encarreguen d'indicar en el text les instruccions necessàries per ser interpretat: estat d'ànim, actitud o reacció davant d'un comentari, emfasitzar el que es diu, etc., ja que, com manté Castelló (1999, 54), la transmissió d'aquestes emocions és part del missatge, en la mesura que no només es presenta el contingut, sinó també l'efecte que aquest contingut exerceix.

En aquest sentit, una de les recomanacions que hi ha a Internet és que cal anar amb compte quan es pretén incloure en un missatge comentaris simpàtics, frívols, irònics o sarcàstics, ja que qui llegeix el missatge no sent les inflexions de la veu de l'emissor ni veu l'expressió de la cara o altres gestos corporals, i poden ser mal entesos.

D'altra banda, en la comunicació electrònica, el fenomen de la informalitat esmentada anteriorment es manifesta en la presència dels renecs, dels marcadors conversacionals i de l'escriptura oralitzant. Hi ha determinats temes que

faciliten un context d'ús dels renecs per part dels participants en la comunicació electrònica com són els temes esportius i els polítics (Montesinos 2017, 567-574), en els quals és freqüent l'ús d'expressions com per exemple: *per collons, colló, cullons, coi, collonades, fills de puta, fills DLGP, cony, a cagar, fotre, òsties, merder*, etc. Per tant, el tema tractat de manera no presencial propicia la presència de comentaris amb cert to agressiu en què destaquen els renecs, que solen superar el nombre de les marques conversacionals. Malgrat això, observem que els internautes empenen mecanismes de compensació de l'agressivitat i en detectem determinades expressions després dels missatges que contenen els renecs com les següents: *Teniu la pell molt fina, no tingueu la pell tan fina, tenim la pell molt fina, cada dia tenim la pell més fina, hi ha gent amb la pell molt fina*, etc.

En els missatges de les xarxes socials, també hi predomina el to divertit de la informalitat mitjançant els marcadors conversacionals i les marques d'entonació. Pel que fa als marcadors conversacionals hi ha diversitat com són: *vinga!!*, *som-hi!!!*, *aveiam, avare, eip!*, *i tant, no? ole tu!!! ole, ole i ole, si? oi? eh?*, *au...*, *Apa!!!*, *uf! Mare meva*, etc.

Pel que fa a l'oralització destaquem tres aspectes que tenen a veure amb l'entonació i el mode oral de la llengua: la repetició de les lletres, la repetició dels signes d'exclamació i l'escriptura amb majúscules. Quant a la repetició de lletres, tenen l'objectiu intensificador de l'expressió i reproduïxen la llengua oral, per exemple: *ummmm, uffff, nyaaaasssss, felicitaaaaaats, noooooo, moooooooltíssima, homeeeeeee!!!, Puajjjjjj, eeeeeh!!!!, toooots, Aixoooo*, etc. D'altra banda, la repetició dels signes d'exclamació sovint és el recurs oralitzant més emprat i s'observa en casos com els següents: *No!!!!, Aniiiims!!!!, de la seua ciutat!!!!!!!, Es normallllllllllll!!!!!!...* Finalment, també hi ha l'ús de les majúscules com a forma oralitzant de l'escriptura: *FORÇA BARÇA!!*, *QUINA EMOCIÓ!!!!!!*, *CADA DIA cagant-la més, el català NO*, etc.

Si considerem diversos estudis que s'han realitzat anteriorment (Montesinos 2002, 2003a, 2003b, 2008, 2017; Torres 1999, 2003; Torres i Payrató 2003), podem concloure que en català amb la tecnologia asíncrona actual hi ha un acostament cap a la tecnologia síncrona, més espontània, ja que la densitat comunicativa es produeix en un període menor de temps i els trets oralitzants cada vegada són més presents. En aquest sentit, hi ha un nombre major de missatges en menys temps, la mitjana de mots per missatge és considerablement menor i la mitjana de mots per frase és molt més baixa, amb una estructura sense paràgrafs. A més a més, hi ha un augment dels missatges ofensius i agressius, també de jocs de paraules, imatges i d'humor en els noms d'usuari. Finalment, quant a la grafia fonètica i el dialecte visual, el recurs prosòdic més emprat és la reiteració dels signes d'exclamació, el qual atorga dinamisme i expressivitat als missatges.

5. CONCLUSIONS

Els fenòmens que es generen en la comunicació electrònica reformulen determinades realitats i conceptes existents fins ara, pel que fa, en primer lloc, als límits d'allò públic i allò privat, així com quin és l'espai de la intimitat (si és que en queda); en segon lloc, als afectes i els pseudoafectes i la seua expressió, així com la permanència o allò efímer; i, en tercer lloc, a la relació entre l'anonimat i el respecte o manca d'aquest. A més a més, arran de tot això cal considerar quines conseqüències tenen les diverses identitats virtuals i identitats textuais en la comunicació i en el comportament humà en general.

Els fenòmens esmentats són determinants en el comportament comunicatiu i lingüístic en l'àmbit electrònic. El fet comunicatiu es manifesta amb una clara tendència oralitzant, propi de la col·loquialitat i on les marques d'informalitat discursiva han anat augmentant en els últims anys, especialment amb l'arribada de les xarxes socials. En aquestes, hi ha un clar predomini de la informalitat i l'oralització mitjançant l'escriptura del llenguatge conversacional i de les marques d'entonació, així com la presència quasi constant de les emocions en els cibertextos. Així mateix, els mecanismes de compensació de la no-presència o la virtualitat es mostren mitjançant l'escriptura electrònica, en la qual destaquen l'ortografia fonètica i abreujadora, on tampoc hi manca la tendència lúdica del llenguatge, gràcies al mitjà electrònic i les seues característiques d'espontaneïtat i de caire efímer.

El sentit identitari a les xarxes socials propicia la presència de trets diferencials i, quan es tracten determinats temes, de comentaris amb to agressiu en què destaquen els renecs, que de vegades superen en nombre les marques conversacionals. Això no obstant, per regla general, les persones usuàries empren mecanismes de compensació de l'agressivitat.

Per acabar, ens fem l'interrogant que planteja Eco (2016, 11), i que ell mateix hi respon: «Hi ha alguna manera de sobreviure a la líquidesa? N'hi ha, i consisteix justament a ser conscients que vivim en una societat líquida que, per ser entesa i tal vegada superada, exigeix nous instruments».

REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES

- Baron, Naomi S. 2000. *Alphabet to Email. How Written English Evolved and Where It's Heading*. Londres/Nova York: Routledge.
- Biber, Douglas i Edward Finegan. 1989. «Drift and evolution of English style: a history of three genres». *Language*, 65(3): 487-517.

- Bravo, Ernesto. 2015. «Univers 2.0, comunicació líquida i ciutadania digital». *El Diari de l'Educació*. <http://cort.as/-BjNc> [consulta: 17-9-2018].
- Castelló, Antoni. 1999. «El gesto y la postura en la comunicación oral». En *La oralización*, coord. Santiago Alcoba. Barcelona: Ariel, 45-62.
- Crystal, David. 2001. *Language and the Internet*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Dijk, Teun A. van. 1999. *The Network Society. Social Aspects of New Media*. Londres: SAGE Publications Ltd.
- Eco, Umberto. 2016. *De la estupidez a la locura*. Barcelona: Lumen.
- . 1992. *Discourse and Social Change*. Oxford: Polity Press.
- . 1995. *Critical Discourse Analysis*. Londres: Longman.
- Gubern, Romà. 2000. *El eros electrònic*. Madrid: Taurus.
- Han, Byung-Chul. 2014. *En el enjambre*. Barcelona: Herder.
- Herring, Susan. 2004. «Computer-mediated discourse analysis: an approach to researching online communities». En *Designing for Virtual Communities in the Service of Learning*, eds. Sasha Barab, Rob Kling i James H. Gray. Cambridge/Nova York: Cambridge University Press, 338-376.
- Lakoff, Robin T. 1975. *Language and Woman's Place: Text and Commentaries*. Nova York: Harper & Row.
- Mey, Jacob. 1996. *Pragmatics. An Introduction*. 4a edició. Cornwall: Blackwell.
- Montero, Begoña et al. 2009. «Computer mediated communication and informatization of discourse: the influence of culture and subject matter». *Journal of Pragmatics* 41: 770-779.
- Montesinos, Anna. 2002. *El discurs de la informàtica. Un estudi de les seqüències descriptives*. Barcelona/València: PAM-IIFV.
- . 2003a. «L'ús del valencià en Internet». En *Llengua, societat i ensenyament*, vol. 3, coord. Vicent Martines. Symposia Philologica, 8. Alacant: Institut Interuniversitari de Filologia Valenciana, 71-88.
- . 2003b. «L'ortografia fonètica en català dins del correu i del fòrum electrònic». En *Internet in Linguistics, Translation and Literary Studies*, eds. Santiago Posteguillo et al. *Estudis Filològics*, 16. Castelló: Universitat Jaume I, 267-272.
- . 2008. «El discurs de les TIC: Un model de llengua». En *Ensenyament de la llengua i de la literatura, traducció i noves tecnologies*. Symposia Philologica, 16. Alacant: Institut Interuniversitari de Filologia Valenciana, 203-224.
- . 2017. «L'ús de la llengua catalana en les tecnologies electròniques asíncrones». En *Actes del XVIIIè Col·loqui de l'AILLC*, eds. Manuel Pérez Saldanya i Rafel Roca. Barcelona/València: AILLC/IEC, 565-572.
- Payrató, Lluís. 1988. *Català col·loquial. Aspectes de l'ús corrent de la llengua catalana*. València: Universitat de València.

- . 2000. *El català col·loquial i la conversa*. Barcelona: Santillana.
- Sabater, Carmen. 2015. «The rhetoric of online support groups». *Revista española de lingüística aplicada* 28(2): 465-485.
- . 2017. «Linguistic accommodation in online communication: the role of language and gender». *Revista Signos Estudios de Lingüística* 50(94): 265-286.
- Salvador, Vicent. 1988. «Metadiscurs efímer: una aproximació lúdica al joc conversacional». *L'Espill* 27: 11-20.
- . 1989a. «Varación funcional en catalán y mass media». *Revista de filología románica* 6: 85-95.
- . 1989b. «L'anàlisi del discurs, entre l'oralitat i l'escriptura». *Caplletra* 7: 9-32.
- . 2016. «Oralitat pública». *Articles: revista de didàctica de la llengua i de la literatura* 70: 19-25.
- Serrano, Sebastià. 1993. *Comunicació, societat i llenguatge. El desenvolupament de la lingüística*. Barcelona: Empúries.
- . 1999. *Comprendre la comunicació. El llibre del sexe, la poesia i l'empresa*. Barcelona: Proa.
- . 2003. *El regal de la comunicació*. Barcelona: Ara llibres.
- Tirado, Francisco Javier i Anna Gàlvez. 2002. «Xarxes sociotècniques: noves formes per a la interacció social». *Digithum* 4.
- Torres, Marta. 1999. «Els xats: entre l'oralitat i l'escriptura». *Els Marges* 65: 113-126.
- . 2003. «Marques d'oralitat en els xats». *Caplletra* 44: 169-194.
- Torres, Marta i Lluís Payrató. 2003. «El català dels joves en els xats, correus electrònics i missatges a mòbils: una nova varietat col·loquial?». En *Llengua, societat i ensenyament*, vol. 3, coord. Vicent Martines. Symposia Philologica, 8. Alacant: Institut Interuniversitari de Filologia Valenciana.
- Turney, Ed et al. 2003. «Digital genres across cultures». En *Internet in Linguistics, Translation and Literary Studies*, eds. Santiago Posteguillo et al. *Estudis Filològics*, 16. Castelló: Universitat Jaume I, 411-420.
- Yus, Francisco. 2001. *Ciberpragmática. El uso del lenguaje en Internet*. Barcelona: Ariel.
- . 2010. *Ciberpragmática 2.0: Nuevos usos del lenguaje en Internet*. Barcelona: Ariel.