

No des más vueltas. Un estudio del uso de la indirectividad en la realización de invitaciones y propuestas en interacciones por WhatsApp

Make no bones about it. A study of the use of indirectness in invitations and proposals through WhatsApp

Georgina Analía Lacanna¹

georginalacanna@gmail.com

Universidad de Buenos Aires

RESUMEN – En este artículo nos proponemos analizar una selección de interacciones tomadas de diferentes grupos de WhatsApp para dar cuenta de las diferentes estrategias discursivas utilizadas por los participantes para hacer invitaciones o propuestas, utilizando los recursos que componen el paradigma de opciones de este medio de comunicación. Sostenemos que la indirectividad puede analizarse como un rasgo que se encuentra presente en todas las estrategias discursivas que emplean los participantes de una conversación con un propósito interaccional específico. Es decir, en toda estrategia discursiva analizada en el marco de una interacción es posible reconocer cierto grado de indirectividad. La metodología de trabajo que aplicamos es de tipo interpretativa y de análisis cualitativo de los datos. Caracterizaremos las estrategias con el propósito de establecer recurrencias y correlacionar las diferentes realizaciones con dos factores interaccionales: la preservación de la imagen propia y la reafirmación del vínculo con los otros participantes. A partir de los resultados obtenidos, concluimos que, aun cuando ambos factores están siempre presentes, a un mayor grado de indirectividad de la estrategia utilizada aumenta el propósito de reafirmar el vínculo y disminuye, en cierta medida, el de proteger la propia imagen.

Palabras clave: interacción, multimodalidad, pragmática.

ABSTRACT – In this article we propose to analyze interactions taken from different groups of WhatsApp to account for the different discursive strategies used by the participants to make invitations or proposals, using the resources that make up the paradigm of options of this medium. We argue that indirectness can be analyzed as a feature that is present in all the discourse strategies that participants use in a conversation with a specific interactional purpose. That is, in any discursive strategy analyzed in the context of an interaction it is possible to recognize some degree of indirectness. The methodology we apply is interpretative and of qualitative analysis of the data. We will characterize the strategies with the purpose of establishing recurrences and correlating the different realizations with two interactional factors: the preservation of the own face and the reaffirmation of the relationship with the other participants. From the results obtained, we conclude that, although both factors are always present, a greater degree of indirectness of the strategy used increases the purpose of reaffirming the relationship at the expense of the protection of one's face.

Keywords: interaction, multimodality, pragmatics.

Introducción

La interacción es un proceso social que supone el esfuerzo coordinado de dos o más participantes y siempre se da en contextos socio-culturales concretos. Entendemos que en toda situación de interacción intervienen diversos factores (lingüísticos, sociales, culturales) que se combinan y dan lugar a la negociación de significados interaccionales por parte de sus participantes. La indirectividad es uno de los fenómenos discursivos relevantes que se encuentran involucrados en el proceso de negociación

de los significados cada vez que usamos el lenguaje para comunicarnos con otros. Ya sea porque se la considera como una estrategia para atenuar los actos de amenaza a la imagen propia o del otro (Brown y Levinson, 1987; Tannen, 2005), como característicamente se le ha dado tratamiento a este tema, o bien porque es un rasgo inherente a toda forma de uso del lenguaje, como proponemos en este trabajo, el estudio del uso de la indirectividad en la interacción resulta un factor clave para dar cuenta del comportamiento interaccional de los usuarios del lenguaje y de sus consecuencias en el plano del discurso.

¹ Universidad de Buenos Aires. Instituto de Lingüística, Facultad de Filosofía y Letras, Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas. 25 de Mayo, 221, 1° p., C.A.B.A., Argentina.

Para abordar el estudio de la indireccionalidad en la conversación, Tannen (1981, 1992, 2005) la define como una forma de decir una cosa y significar otra (Tannen, 2005), ya sea, por ejemplo, a través de la utilización de las figuras discursivas (ironía, sarcasmo, humor); del modo particular de formular una pregunta; de la adopción de una forma cortés para efectuar un rechazo; o de determinado comportamiento gestual o entonacional al hablar. En relación con esto establece una diferencia entre lo que constituye el mensaje y lo que denomina el metamensaje (Bateson, 1972) de una interacción.

La información transmitida por el significado de las palabras utilizadas es el mensaje. Lo que es comunicado acerca de la relación con el otro, la situación y la actitud hacia lo que se está diciendo a través de la forma particular de pronunciar esas palabras, es el metamensaje. Según Tannen (2005), es a los metamensajes a lo que los participantes de una conversación reaccionan más fuertemente. Si, por ejemplo, alguien dice “No estoy enojado” y su expresión es seria y sus palabras suenan como si estuviera haciendo un reproche, no vamos a creer en el mensaje – que a través de las palabras que lo conforman expresa que no está enojado – vamos a creer, por el contrario, en el metamensaje que transmite – por el modo de decirlo – que sí lo está. El significado, sostiene Tannen, se construye en el metamensaje.

Los metamensajes dependen de una variedad de señales y recursos sutiles que acompañan la emisión de nuestras palabras en la interacción cara a cara. Cambiar el tono o hacer un gesto puede modificar el metamensaje de las palabras pronunciadas. Estos cambios resultan, también, una herramienta básica para señalar significados sociales. Cuando hablamos con otros, estamos siempre monitoreando nuestras relaciones y la información sobre esas relaciones se encuentra, principalmente, en los metamensajes. Éstos funcionan indirectamente para enmarcar la conversación y expresar y negociar las relaciones de poder y solidaridad entre los participantes.

Las diferencias de status también son expresadas y mantenidas, intencionalmente o no, a través de las formas de hablar y las selecciones particulares que los hablantes realizan durante el intercambio.

Por último, Tannen identifica dos razones por las que las personas involucradas en una conversación utilizan la indireccionalidad. Por una parte, para proteger su imagen con una actitud autodefensiva, en el caso de que sus opiniones o intereses no sean recibidos favorablemente y tener, en consecuencia, la posibilidad de retractarse. Por otra, para lograr un sentimiento de afinidad, que se obtiene a partir de no tener la necesidad

de hacerle explícito al otro lo que se quiere significar para ser entendido.

En este marco, el objetivo principal de este trabajo consiste en reinterpretar el concepto de metamensaje, pensado originalmente para la interacción oral cara a cara, y aplicarlo a un corpus de conversaciones grupales de WhatsApp² para postular una definición gradual de la indireccionalidad en tanto rasgo discursivo. De este modo, nos proponemos reconocer estrategias discursivas recurrentes (Gumperz, 1982; Menéndez, 2012) utilizadas por diferentes participantes para realizar invitaciones y propuestas (con sus correspondientes respuestas) para clasificarlas según su grado de indireccionalidad y determinar sus condiciones de aparición y usos interaccionales.

Nos wasapeamos

Los programas de mensajería instantánea, como el WhatsApp, constituyen formas de interacción que complementan e incluso superan en términos de frecuencia de uso, hoy en día, a otras formas más tradicionales como la interacción cara a cara y la conversación telefónica (Jordan, 2013; Serrano Puche, 2013). El impacto en sus usuarios es de tal magnitud, que la Real Academia Española admitió la ortografía en español del sustantivo *wasap* y del verbo *wasapear* como adaptaciones del inglés al español. En la actualidad, son más de mil millones de usuarios en el mundo los que eligen comunicarse a través de esta aplicación y las conversaciones que se desarrollan a través de ella presentan características particulares que los configuran como formas de comunicación que requieren ser estudiadas en sí mismas, según sus propias especificaciones genéricas (Alcántara Plá, 2014; Crystal, 2006, 2008; Noblia, 2014), alcances y limitaciones.

En este trabajo, entendemos que los grupos de WhatsApp funcionan como pequeñas comunidades de práctica (Eckert y McConnell, 1992) que se conforman por diversos motivos. Hay grupos de amigos de ambos sexos, grupos de mujeres, grupos de hombres, grupos de compañeros de trabajo o de estudio, grupos familiares, grupos en torno a una actividad recreativa, etc. La conformación particular de cada uno de ellos define el tipo de vínculo entre sus participantes y permite establecer relaciones entre las estrategias utilizadas, su grado de indireccionalidad y el grado de cercanía, confianza y solidaridad/poder entre ellos.

En este artículo, analizamos la realización de invitaciones y propuestas en conversaciones grupales porque, si bien son acciones³ que buscan establecer afinidad entre quien las realiza y sus destinatarios, también

² WhatsApp fue fundada a fines de 2008 por Jan Koum y Brian Acton, quienes conjuntamente trabajaron por 20 años en Yahoo. WhatsApp se unió a Facebook en el 2014, pero continúa operando como una aplicación independiente.

³ Con acción nos referimos a la descripción del acto de habla que se realiza: una propuesta, una invitación. La realización efectiva de esa acción en el plano de la interacción constituye una estrategia discursiva o acción estratégica.

implican un grado considerable de amenaza a la imagen propia y ajena (Brown y Levinson, 1987), lo que lleva a la necesidad de asumir cierto riesgo interaccional. Esto último nos permite reconocer y analizar una variedad de estrategias para realizarlas.

El riesgo interaccional se calcula al tomar en consideración qué es lo que se pone en juego interaccionalmente al iniciar una acción estratégica y qué tipo de reacción se obtiene como respuesta. En el caso de las invitaciones y las propuestas, tanto unas como otras están orientadas, en términos graduales, a influir en la conducta del otro para que ese otro reaccione de determinada manera. Para ambas, también, esa reacción preferida es la aceptación de la propuesta o invitación, mientras que un rechazo se interpreta como despreferido (Levinson, 1983).

Cuando la invitación o propuesta es de carácter grupal y a la vista de todos, como ocurre en los grupos de WhatsApp, el riesgo que se asume es mayor porque todos se convierten en testigos de las posibles respuestas despreferidas, lo que constituiría un ataque a la imagen positiva de quien la realiza. Por el contrario, también el beneficio puede ser alto, en el caso de que se obtengan gran cantidad de respuestas preferidas y, de ese modo, se refuerce su imagen positiva. En este sentido, el propósito interaccional consiste en asumir el menor riesgo posible para obtener un beneficio, o bien, minimizar al máximo el efecto de los posibles rechazos.

En el marco particular de los grupos de WhatsApp que analizamos, partimos de la hipótesis de que las invitaciones se distinguen de las propuestas porque hacen referencia a un evento que se encuentra previamente confirmado y que no depende estrictamente de la aceptación de los otros para su efectiva realización. Por ejemplo, cuando se invita a alguien a una fiesta de cumpleaños o de casamiento, se deja constancia de que la fiesta se realizará independientemente de que el invitado confirme o no su participación. Las propuestas, por el contrario, están sujetas a la aprobación de sus destinatarios y dependen del tipo de respuestas recibidas para determinar si se llevan a cabo o no, por lo tanto, implican asumir un mayor riesgo interaccional. Cuanto mayor es el riesgo asumido, también es mayor el grado de indireccionalidad que encontramos en las estrategias discursivas utilizadas. El siguiente cuadro resume la caracterización general de las invitaciones y las propuestas que serán ilustradas más adelante con los ejemplos seleccionados de nuestro corpus.

El corpus de análisis del que parte este trabajo está formado por 20 grupos de WhatsApp compuestos por adultos jóvenes, de entre 25 y 38 años de edad, cuyos vínculos no se encuentran mediados por relaciones jerárquicas o de autoridad preestablecidas y que viven en la

	Invitación	Propuesta
Reacción preferida	Aceptación	Aceptación
Concreción	Alta	Baja
Riesgo asumido	Menor	Mayor
Grado de indireccionalidad	Menor	Mayor

Cuadro 1. Invitación y propuesta.

Chart 1. Invitation and proposal.

Ciudad de Buenos Aires, Argentina⁴. En todos los casos, las interacciones fueron cedidas por sus participantes para ser utilizadas con fines de investigación.

A efectos de ilustrar el método de análisis aplicado y las conclusiones parciales a las que hemos llegado hasta el momento, para este artículo tomamos algunos ejemplos de solamente tres de esos grupos. El criterio para su elección fue que contaban con los participantes más activos en cuanto a organización de reuniones sociales y encuentros recreativos, lo cual garantizaba que se produjeran el tipo de acciones estratégicas que resultaban de interés para este artículo.

La metodología de trabajo que adoptamos es de tipo interpretativa y de análisis cualitativo de los datos (Strauss y Corbin, 2002; Vasilachis de Gialdino, 2006) y plantea un acercamiento a los textos (Halliday y Hasan, 1985) desde una perspectiva que se caracteriza por ser interaccional, funcional, estratégica y multimodal.

Es interaccional porque supone una acción colaborativa entre, como mínimo, dos participantes (Gumperz, 1982). Sostiene que no hay significados (plenos) que preexistan a la interacción, sino que esos significados se co-construyen en y a partir de ella.

Se define como funcional porque concibe al lenguaje como una herramienta de comunicación y considera que todo lenguaje es lenguaje en uso, en el sentido de que siempre lo analiza en instancias en las que está siendo efectivamente utilizado en situaciones concretas y específicas, en contraposición al análisis de fragmentos de lenguaje aislados o descontextualizados. Cuando los hablantes optan entre las varias opciones disponibles en el sistema (Halliday, 1978) para significar, esas opciones se transforman en recursos comunicativos (Menéndez, 2010). Es particularmente importante señalar que las elecciones se realizan en todos los niveles (léxico-gramatical, gestual, proxémico, entonacional, etc.) y tienen un fuerte anclaje social, cultural y cognitivo.

⁴ La mayoría de los participantes de los grupos analizados son de nacionalidad argentina, excepto un integrante que es italiano y una participante venezolana.

Es estratégica porque entiende que la combinación de los recursos léxico-gramaticales y pragmático-discursivos (fuerzas ilocucionarias, procesos inferenciales, grados de indireccionalidad) en situaciones de lenguaje en uso conforma siempre estrategias discursivas (Menéndez, 2012).

Es multimodal (Jewitt, 2009; Kress, 2010) porque considera que la negociación de los significados interaccionales se produce a partir de la interrelación de recursos pertenecientes a diferentes modos (lenguaje verbal, imagen, gestualidad, música, color) que adquieren potenciales de representación propios de acuerdo al género y al registro en el que se utilicen. A diferencia de lo planteado por Tannen, que coloca al lenguaje verbal en un lugar central y le asigna un lugar secundario o subordinado a los otros modos de comunicación, en esta investigación, en cambio, sostenemos que los significados se realizan multimodalmente (Goodwin 1981, 2000; Jewitt, 2009; Kress, 1997, 2009; Norris, 2004, 2006, 2009), a partir de la combinación de diferentes recursos semióticos, dentro de los cuales se incluye el lenguaje verbal. Esta combinación no admite un desdoblamiento entre lo dicho verbalmente y lo expresado a través de otros recursos (imágenes, gestos, sonidos). Todas las dimensiones conforman, simultáneamente, lo significado interaccionalmente por los participantes.

Si bien el carácter multimodal está presente en todo tipo de interacción, en el caso de las conversaciones por WhatsApp, dadas sus características particulares (Alcántara Plá, 2014), adquieren una presencia aún mayor y permiten analizar esta combinación de recursos de manera más evidente. Por esta razón, al analizar los ejemplos seleccionados para este trabajo optamos por presentar las impresiones de pantalla y no solamente sus transcripciones. Las únicas modificaciones que realizamos, con el objetivo de resguardar la identidad de los participantes, fueron las de suprimir sus números telefónicos y dejar una versión abreviada de sus nombres.

Usos y efectos de la indireccionalidad en interacciones grupales de WhatsApp

¿En qué circunstancias se hace uso de la indireccionalidad? En primer lugar, sostenemos que la indireccionalidad puede analizarse como un rasgo que se encuentra presente en toda estrategia discursiva que emplean los participantes de una conversación con un propósito interaccional específico (Lacanna, 2016). Una estrategia se caracteriza a partir de la combinación de recursos de diferente naturaleza (Gumperz, 1982; Menéndez, 2009, 2012) y a partir del resultado de esa combinación, es posible determinar el grado de indireccionalidad que presenta. Es decir, en toda estrategia discursiva analizada en el marco de una interacción es posible reconocer cierto grado de indireccionalidad. Lo que nos permite reconocer el grado de indireccionalidad de una acción estratégica, en este sentido, es el tipo de interpretación que promueven las acciones comunicativas realizadas (Lacanna, 2016).

La indireccionalidad en el metamensaje. Grado 0.

La negociación de los significados se realiza siempre en términos de lo que definimos como una *interpretación situada*, es decir, que está en estrecha relación con la configuración contextual de la situación particular en la que se produce. Denominamos interpretación situada primaria (IP) a la interpretación por defecto (Leech, 1983) que tiene una acción comunicativa. Por ejemplo, el significado de la acción verbal “hola” en español se interpreta por defecto como un saludo inicial o respuesta a un saludo inicial, por lo tanto, decimos que su IP es la de saludo. O sea, si alguien utiliza estratégicamente la unidad de entonación afirmativa “hola” con el fin pragmático de saludar a alguien, sostenemos que está apelando a la IP de esa acción verbal.

Si se piensa en el significado de una acción gestual, por ejemplo en algún gesto de tipo emblema

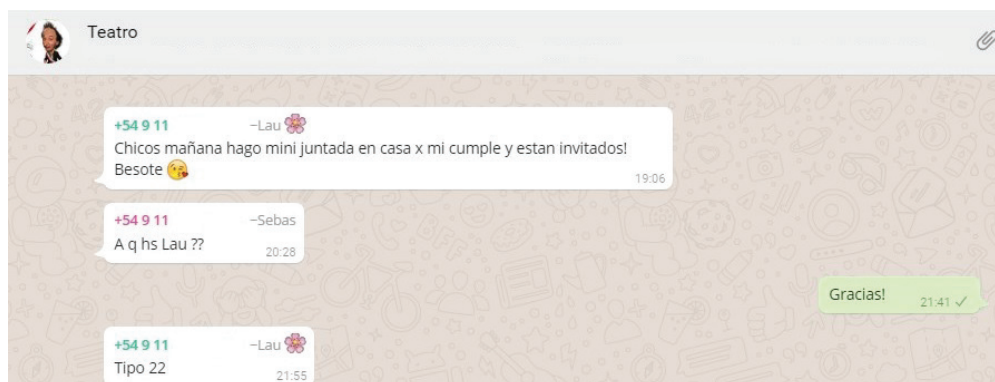


Figura 1. Grado 0.
Figure 1. Grade 0.

(Kendon, 1988; McNeill, 1992, 2005), también podemos referirnos a ellos como acciones gestuales que se asocian con una IP particular. Los emblemas son gestos convencionalizados culturalmente que se volvieron estables en su forma y tienden a ser fácilmente reconocibles (como por ejemplo el pulgar hacia arriba para manifestar aprobación). Forman parte de un inventario compartido, por lo que también se los conoce como *gestos citables*. Por ejemplo, cuando una persona agita la palma de su mano abierta con la intención de saludar a otra podemos afirmar que también está realizando una estrategia de saludo de grado 0 de indireccionalidad.

Podemos concluir, entonces, que en las estrategias de grado 0 de indireccionalidad, interpretar el significado interaccional implica la realización de un proceso inferencial mínimo que requiere la recuperación de información de tipo léxico-gramatical-sintáctica (en el caso de las acciones verbales) y el reconocimiento de los gestos emblema usados (en el caso de las acciones gestuales) y su relación con la información contextual. La posibilidad de rechazar contextualmente esa IP resulta casi nula. Por lo tanto, al realizar una acción estratégica en grado 0 de indireccionalidad, se torna muy difícil intentar retractarse de ella.

Para ejemplificar la realización de una invitación en grado 0 de indireccionalidad en una conversación grupal de WhatsApp, tomamos un fragmento de una interacción

entre miembros de un grupo conformado por compañeros de un curso de teatro. Son personas adultas, hombres y mujeres, de entre 25 y 35 años de edad. Una de las participantes realiza una invitación al resto.

En este ejemplo, lo que se definiría como el mensaje (Tannen, 2005) es claro: festejo mi cumpleaños y los estoy invitando. Es decir, no hay indicios de ningún tipo que nos lleven a interpretar que el propósito interaccional de la participante identificada como Lau sea otro que el de realizar una invitación a su cumpleaños. El texto nos presenta todas las evidencias. Se explicitan tanto el destinatario general “chicos” como el motivo de la invitación “hago mini juntada en casa x mi cumple y están invitados”. No hace falta estar familiarizado con los códigos particulares de comunicación de este grupo para poder comprender el significado que se está negociando en este caso. Por otra parte, vemos que el riesgo interaccional asumido por Lau es bajo, ya que usa la modalidad declarativa para expresar el grado de concreción del evento (“hago”), no hay modalizadores ni expresiones de deseo con respecto a la asistencia de los invitados, ni tampoco pedidos de confirmación o preguntas por la disponibilidad de ellos para la fecha indicada.

Podemos observar que el mensaje finaliza simplemente con una fórmula de saludo de cierre que es habitual (en la variedad rioplatense del español) en las conversaciones de tipo informal por WhatsApp: el uso de

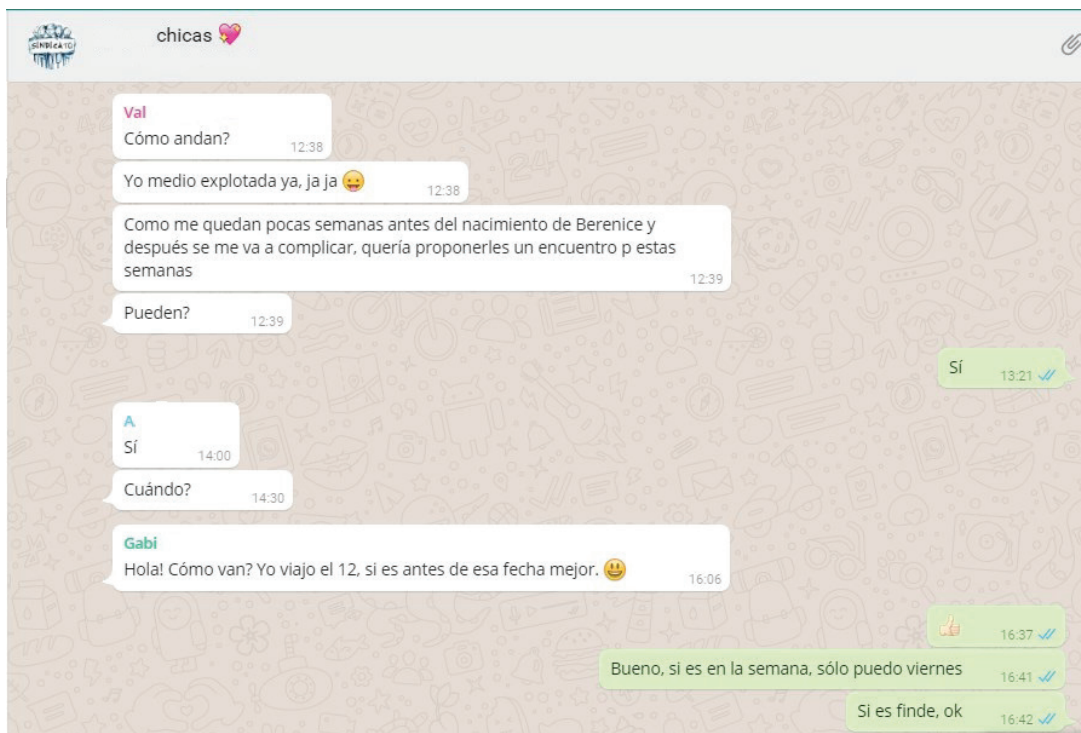


Figura 2. Grado 0.
Figure 2. Grade 0.

la palabra “besotes” seguida de un *emoji*⁵ que representa el gesto de enviar un beso mientras se guiña un ojo. Esta fórmula de cierre da cuenta de, por un lado, el alto grado de familiaridad/confianza entre los participantes y por otro, del bajo riesgo asumido, ya que deja claro que el festejo se realizará independientemente de las reacciones preferidas o despreferidas que se generen a partir de la invitación. De hecho, podemos observar que es necesaria la pregunta de uno de los invitados para establecer el horario de la fiesta, que no había sido indicado previamente.

El significado interaccional negociado es claramente el de una invitación a un festejo de cumpleaños (IP) y para poder interpretarlo basta con comprender el mensaje. Por otro lado, podemos decir que el significado del metamensaje puede negociarse en tanto un modo de asegurar la preservación de la imagen positiva (Brown y Levinson, 1987) de quien realiza la invitación. En este sentido, el mensaje en este ejemplo es “están invitados”, mientras que el metamensaje podría ser “su aceptación o rechazo no modifica mis planes, por lo tanto, si quieren venir, vengán y si no vienen, nada se modifica”.

A continuación presentamos otro ejemplo de una estrategia de grado 0 de indireccionalidad, esta vez para realizar una propuesta. El grupo está compuesto por cuatro mujeres, amigas y compañeras de trabajo, de entre 35 y 38 años de edad.

En este fragmento de la interacción podemos observar, en primera instancia, que la participante Val asume un mayor riesgo interaccional que la participante del ejemplo anterior porque propone la realización de un encuentro, cuya concreción depende de la aceptación de las demás participantes. Su acción estratégica consiste en brindar datos acerca de su situación (“estoy medio explotada, ja, ja + emoji que saca la lengua”, “me quedan pocas semanas antes del nacimiento de Berenice y después se me va a complicar”) que enmarcan la propuesta en un plano de familiaridad y orientan a obtener una respuesta preferida. Es decir, si bien pone en alto riesgo su imagen positiva (Brown y Levinson, 1987) al someter la propuesta a la aceptación del resto del grupo, en cierta medida también, crea en sus destinatarias una predisposición a la aceptación. Teniendo en cuenta que las una una relación de amistad, al hacer explícitas las razones por las que se vería imposibilitada de reunirse en otra ocasión (próximo nacimiento de su hija), coloca a sus amigas en una posición en la que la opción de rechazo es también de alto riesgo interaccional. Podemos decir que, de alguna manera, el propósito de Val es compartir con las otras participantes el riesgo interaccional asumido por ella al realizar la propuesta. Como podemos ver, su

estrategia es exitosa, ya que las tres respuestas recibidas son de aceptación.

En este ejemplo, el significado interaccional que se está negociando a través del mensaje de Val es “quería proponerles un encuentro para estas semanas” y el del metamensaje es “si no aceptan, no se realizará porque en otro momento me encontraré imposibilitada”. De manera similar a lo que observamos en el ejemplo anterior de la invitación al cumpleaños, acá nuevamente la propuesta (IP) se encuentra claramente en el mensaje y el metamensaje cumple la función de respaldar, en términos de riesgo interaccional, a quien la realiza.

La no comprensión del metamensaje, en estos dos casos, no invalidaría ni pondría en riesgo la interpretación de las acciones estratégicas de grado 0 de indireccionalidad, ya que estas se inscriben en el mensaje.

La indireccionalidad en el mensaje

En gran parte de las conversaciones, sin embargo, es frecuente encontramos con estrategias que representan un mayor grado de indireccionalidad y en las que los significados interaccionales no siempre son negociados en función de una IP.

La acción verbal “hola”, por ejemplo, puede ser usada estratégicamente para cumplir otras funciones y promover interpretaciones que difieren de la del saludo. Suele usarse, por ejemplo, cuando se intenta reclamar mayor compromiso conversacional a un interlocutor que no está prestando atención durante una conversación que ya está en curso. En casos como ese, el significado que se negocia no es una IP (saludo), sino una *interpretación situada convencionalizada* (IC). Esto es, una interpretación relativamente estable que se encuentra garantizada por su uso habitual y extendido en una comunidad de práctica (Eckert, 2000; Eckert y McConnell, 1992) determinada.

En algunos grupos, se establecen tácitamente estrategias para realizar ciertas acciones comunicativas que pueden resultar propias de esa comunidad de práctica o bien estar relacionadas con cierta variable sociolingüística (edad, clase socio-económica, región geográfica, etc.). Ese tipo de acciones estratégicas corresponden al grado 1 de indireccionalidad.

En las estrategias de grado 1 de indireccionalidad, entonces, operan de manera preponderante las pautas de convencionalización compartidas por los participantes del grupo para garantizar una interpretación situada estable que difiere de una IP de la acción verbal, gestual, icónica, etc. En esos casos, si bien el procesamiento inferencial de la información no reviste mayor complejidad para los hablan-

⁵ Un *emoji* se define como una imagen digital pequeña o icono que se usa para expresar una idea o emoción. Muchas veces se usa indistintamente el término *emotición*, sin embargo, mientras que este último refiere al uso de los signos de puntuación para representar una expresión facial que alude al estado de ánimo del remitente en mensajes electrónicos, los emojis nacieron como imágenes y representan, además de estados de ánimo, cualquier otro tipo de acciones, objetos, animales, lugares, objetos, etc. (Oxford Dictionary, 2017).

tes que están familiarizados con dichas pautas, sí puede resultarlo para aquellos que no lo estén, como por ejemplo alguien que no pertenece al grupo. Esto se debe que, a diferencia de lo que ocurre en las estrategias de grado 0 de indireccionalidad, en estos ejemplos es necesario, además de comprender el mensaje, interpretar también el meta-mensaje para poder negociar el significado interaccional.

La indireccionalidad de grado 1 como autodefensa

Uno de los motivos reconocidos por Tannen para el uso de la indireccionalidad es el de asumir una actitud de autodefensa para proteger la imagen propia. Pudimos ver, en los dos ejemplos anteriores de estrategias de grado 0 de indireccionalidad, que esa actitud autodefensiva podía reconocerse en el plano del metamensaje asociado a la invitación, en el primer caso, y al de la propuesta, en el segundo.

En el ejemplo siguiente podemos observar cómo ocurre lo contrario cuando se emplea una estrategia de grado 1 de indireccionalidad para realizar una propuesta. A diferencia de los casos anteriores, en éste el resguardo de la imagen de la participante que la realiza ya no se inscribe en la dimensión del metamensaje, sino que podemos advertirlo en la construcción del mensaje en sí mismo.

En este recorte de una interacción perteneciente al mismo grupo de compañeros de teatro ya presentado,

vemos que Luciana realiza una acción verbal en modalidad interrogativa que no tiene un destinatario en particular. Utiliza un pronombre personal indefinido (alguien) y hace referencia a una acción en particular (ir al cine el viernes). Si nos atenemos al mensaje, es decir a la IP de la acción verbal, podemos decir que estamos frente a una pregunta (si alguien va al cine el viernes). Sin embargo, a partir de las reacciones que se generan podemos afirmar que el significado interaccional que se negocia entre los participantes es el de una propuesta (si alguno de los otros integrantes del grupo quiere ir al cine o tiene planes de ir al cine el viernes), lo que constituye el metamensaje y la IC de la acción estratégica.

Es decir, en el marco de este grupo, las acciones verbales con modalidad interrogativa encabezadas por “alguien” y seguidas de una acción material (Halliday y Matthiessen, 2004) en presente/futuro tienden a negociarse como una propuesta. Podemos comprobarlo con las reacciones que se suceden. Lau pide una especificación de la película, proponiendo un título (buscando a dory) y manifestando su apreciación positiva (emoji sonriente con los dos corazones en la mirada). María E. manifiesta interés (quiero ver a Dory también) y duda (emoji pensativo) al mismo tiempo. Agrega que necesita más precisiones (qué cine y a qué hora) porque tiene otra obligación (hacer una entrega). Sebas acepta la propuesta de hacer algo el viernes, ya no cobra importancia lo de ir al cine para él, pero sí lo de tener un plan para ese día. Finalmente,



Figura 3. Grado 1.
Figure 3. Grade 1.

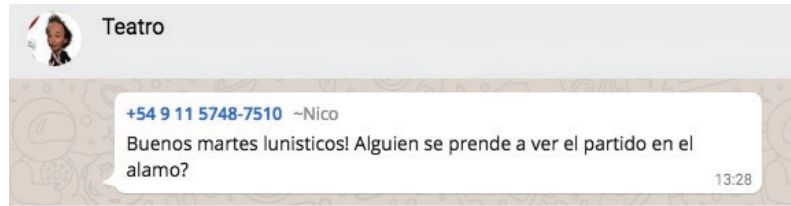


Figura 4. Grado 1.
Figure 4. Grade 1.

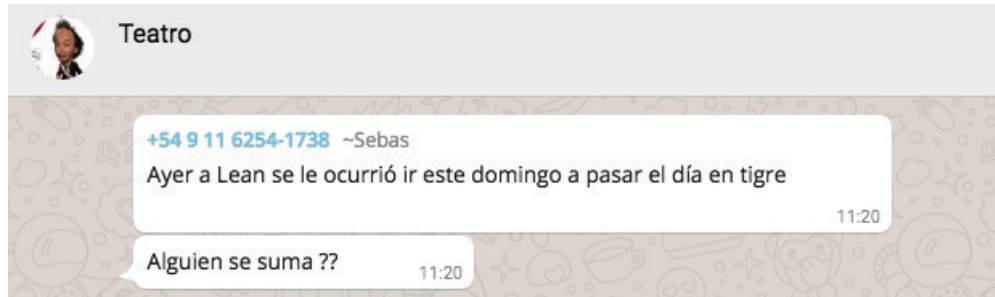


Figura 5. Grado 1.
Figure 5. Grade 1.

Lau vuelve a intervenir para señalar que ella el viernes, tristemente, no puede.

Por otra parte, la iniciadora de la acción no vuelve a intervenir, dejando la responsabilidad del desarrollo de la conversación a los otros participantes. El hecho de haber optado por una estrategia de grado 1, le deja la posibilidad de retractarse, si así lo quisiera en base a las respuestas recibidas, y señalar que ella no estaba proponiéndoles ir juntos al cine (metamensaje), sino solamente preguntando por curiosidad si alguien iba a ir al cine el viernes (mensaje).

Si bien este mecanismo de autodefensa de la imagen positiva que consiste en construir la propuesta en el metamensaje y no en el mensaje, para poder retractarse luego, es posible con las acciones estratégicas de grado 1, también resulta forzoso en cierto punto, porque justamente se trata de estrategias que están convencionalizadas para realizar ciertas acciones en una comunidad de práctica específica. Como muestra de esto, podemos citar otros casos de propuestas realizadas en este mismo grupo por otros participantes, mediante el uso de una estrategia similar (Figuras 4 y 5).

A continuación, presentamos otra estrategia de grado 1 de indireccionalidad enmarcada en otro grupo. Este está integrado por hombres y mujeres, deportistas amateurs, que se reúnen para entrenar juntos y participar en eventos deportivos.

La conversación ya estaba iniciada y Pachu realiza una acción verbal en modalidad interrogativa de

tipo impersonal (“No esta para compartir unas pizzas y cerveza o jugo?”) que constituye su mensaje. En lo sucesivo, podemos ver que la reacción es diferente a la de la conversación anterior, sin embargo, la negociación del significado interaccional es la misma. Su acción estratégica no se interpreta como una simple pregunta, sino como una propuesta, pero en este caso la elección de los otros participantes es la *no respuesta*.

Como es posible comprobar en la información del horario provista por la aplicación, se registra una ausencia de intervenciones de más de una hora, lo que es interpretado por la participante como una respuesta despreferida, es decir, como un rechazo a su propuesta por parte del resto de los integrantes del grupo. Si bien en las interacciones por WhatsApp es habitual que se produzcan lapsos prolongados entre una intervención y otra, sin embargo, en este ejemplo esa ausencia de respuesta es significativa y Pachu la interpreta rápidamente como una negativa. Tanto es así que es ella la que vuelve a intervenir para hacer una evaluación y asumir la poca aceptación que obtuvo su propuesta (“Eeehhhh”, “Que poco cuoruuummm”). Esto deja ver, por un lado, que reconoce su propósito interaccional fue el de realizar una propuesta (metamensaje) y no una simple pregunta (mensaje) y por otro, que le reclama a los otros que asuman también su parte de responsabilidad por la no concreción del encuentro.

La inmediata reacción de Mer frente a esta segunda intervención de Pachu, da cuenta de que antes había optado por la no respuesta porque justamente no tenía una de tipo

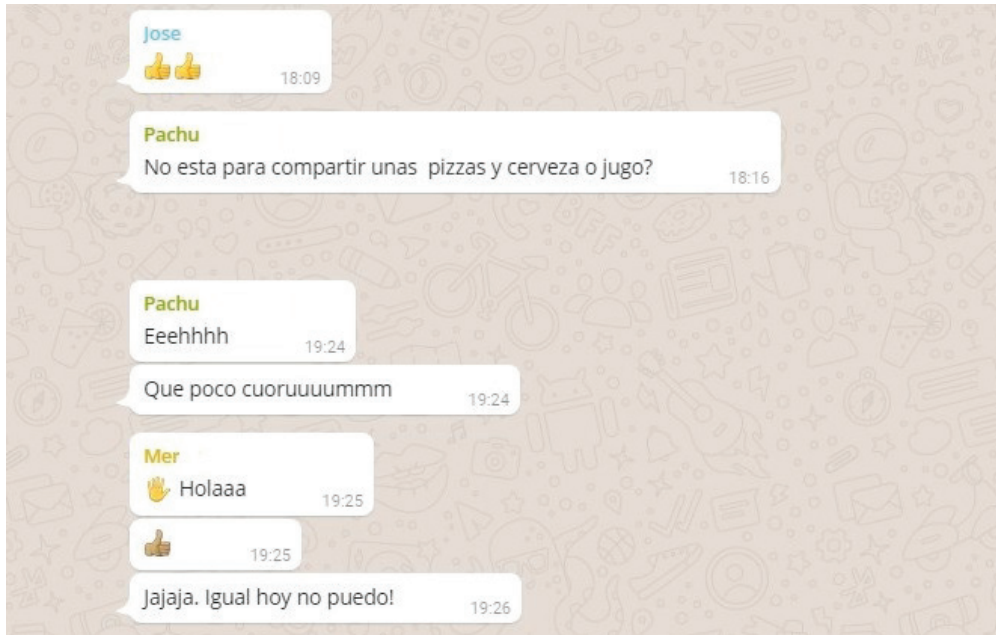


Figura 6. Grado 1.
Figure 6. Grade 1.

preferido para responder al metamensaje (“igual hoy no puedo”), lo que confirma la interpretación previa de Pachu del *silencio* del grupo como un rechazo a su propuesta.

La indireccionalidad de grado 2 como marca de afinidad

Reconocemos, por último, estrategias de grado 2 de indireccionalidad. A diferencia de lo que ocurre con los ejemplos anteriores, su interpretación situada no está convencionalizada y no es, por lo tanto, estable. Hablamos, en estos casos, de una interpretación estratégica (IE). Esto ocurre cuando los participantes negocian significados interaccionales con el propósito de que se interpreten de manera diferente a la de su IP y cuando la interpretación que se intenta generar no se encuentra, tampoco, identificada en el grupo con una IC en particular. En consecuencia, resulta ambigua y se debe realizar un proceso inferencial que permita asignarle una interpretación relevante en función de poner en relación las acciones realizadas con el contexto de situación específico en las que se producen. De esa manera, se construye una hipótesis interpretativa del fin interaccional del participante que realiza la acción.

Cuanto más cercana la relación interpersonal con sus interlocutores, mayor es la posibilidad de negociar la IE de manera exitosa, es por eso que la implementación de este tipo de estrategias se relaciona con el segundo de los motivos que menciona Tannen para el uso de la indireccionalidad: realzar el sentimiento de afinidad. Aun así,

los significados que se negocian son de carácter indeterminado y pueden dar lugar a diferentes interpretaciones.

Veamos el ejemplo tomado del grupo de compañeros de teatro (Figura 7).

Sebas construye su mensaje con una fecha (“Sábado 16”) y dos emojis que se duplican (dos chops de cerveza que están brindando y un bonete con guirnaldas y papeles de colores). ¿En qué consiste el metamensaje? ¿Es una invitación, una propuesta, una información, un recordatorio? Podría ser cualquiera de las opciones y es difícil poder decidirlo para un analista sin observar cómo continúa la interacción. Sin embargo, no hace falta más para que se produzca la reacción de una de las integrantes del grupo en forma de pregunta (“A donde?”). La combinación de los recursos que utiliza Sebas, en el marco de este grupo en particular, es para ella claramente negociable como una invitación o propuesta. La estrategia de Sebas, por su parte, consiste en proveer la mínima información posible a través del mensaje y esperar que sus compañeros, con quienes establece un vínculo máximo de afinidad, sepan interpretar su metamensaje.

Para comprobar que se trata de una propuesta y no de una invitación, tenemos que esperar su siguiente intervención, en donde observamos la estrategia de grado 1 ya comentada en ejemplos anteriores de este grupo para realizar propuestas (“Alguien dijo previa en la casa d Nico??”) complementada por dos emojis que sacan la lengua y ríen. Esta segunda intervención de Sebas refuerza aun más la marca de afinidad que busca confirmar, ya que su propuesta ahora se completa estableciendo como punto



Figura 7. Grado 2.
Figure 7. Grade 2.

de encuentro la casa de otro de los integrantes del grupo y no la propia. Este tipo de acciones se realizan cuando el grado de confianza entre los participantes es alto.

Al elegir la implementación de una estrategia de grado 2 para la realización de la propuesta, se busca confirmar la afinidad y los conocimientos compartidos que existen dentro del grupo, por lo tanto, el riesgo interaccional principal que asume el participante es el de que su metamensaje no sea interpretado adecuadamente. De este modo, podemos observar que el factor interaccional que cobra mayor importancia es el de reforzar el vínculo con sus compañeros por sobre el de elegir una estrategia de resguardo de la imagen.

Comentarios finales

En este artículo nos propusimos analizar el uso de la indireccionalidad para realizar invitaciones y propuestas en interacciones grupales por WhatsApp a partir de un número reducido de casos que forman parte de un corpus de interacciones más amplio. Definimos la indireccionalidad dentro de un continuum gradual que puede aplicarse a toda acción comunicativa realizada en el marco de una interacción. De este modo, nos apartamos de la idea de que hay instancias de direccionalidad en la construcción de significados. Todo significado se negocia en relación con un contexto de situación específico. Por lo tanto, no hay significados preexistentes, sino posibles interpretaciones relativamente estables, ya sea por convención lingüística (IP) o por convencionalización de uso en una comunidad de práctica (IC). Los primeros se asocian con las estrategias de grado 0 de indireccionalidad y los segundos con las de grado 1. Por otra parte, también hay estrategias que no se en-

cuentran asociadas con interpretaciones estables y que dependen de un mayor conocimiento interpersonal de los participantes para una negociación efectiva de los significados interacciones. Éstas corresponden al grado 2 de indireccionalidad y demandan una IE.

A partir de los ejemplos extraídos de nuestro corpus, mostramos cómo la invitación o la propuesta realizada se reconoce inequívocamente en el mensaje cuando los participantes emplean estrategias de grado 0 de indireccionalidad. De modo complementario, el metamensaje, que no resulta imprescindible para negociar cuál es la acción que se está realizando, funciona en esos casos como un refuerzo para resguardar la imagen propia y reducir el riesgo interaccional asumido. En los grados 1 y 2, por el contrario, ocurre algo diferente.

En los ejemplos de grado 1 presentados, el mensaje se construye estratégicamente a través de la formulación de una pregunta que ostenta el rasgo de la impersonalidad (el uso del pronombre “alguien”, los verbos en tercera persona singular), de ese modo, el que inicia la acción se asegura anticipadamente un mecanismo de autodefensa frente a posibles respuestas despreferidas. Eso puede tener lugar porque la propuesta, en lugar de inscribirse en el mensaje, se inscribe en el metamensaje y permite, entonces, una posible, aunque forzosa, retractación por parte de quien la realizó, quien podría afirmar que simplemente estaba preguntando.

En los ejemplos de grado 2, la aplicación de la estrategia de un grado mayor de indireccionalidad en el mensaje se justifica por el hecho de saber que a pesar de la ambigüedad o indeterminación que se genere, el metamensaje va a ser entendido, dado el alto grado de afinidad/familiaridad entre los integrantes del grupo y el caudal de conocimientos compartidos.

En síntesis, en los casos analizados se desprende que la elección de estrategias de diferentes grados de indireccionalidad está guiada por dos factores interaccionales fundamentales a la hora de realizar propuestas e invitaciones. Por un lado, el propósito de resguardar la propia imagen frente a una posible reacción desfavorable. Por otro, el de reafirmar el vínculo de afinidad entre los miembros del grupo.

De ambos, parece ser el primero el factor más preponderante, o bien, el que se impone cuando estos entran en conflicto, en los ejemplos de grado 0, y el segundo, en los de grado 2. Podemos comprobarlo a través de las interacciones analizadas.

En los dos casos de grado 0 de indireccionalidad, la invitación/propuesta se inscribe en el mensaje, sin embargo, desde el metamensaje se opta por privilegiar la protección de la propia imagen por sobre la reafirmación de los vínculos. En el caso de la invitación (Figura 1), al aludir que el festejo de cumpleaños se realizará de todos modos independientemente de la participación o no de los invitados, y en el caso de la propuesta (Figura 2), al intentar hacer compartida la responsabilidad del eventual fracaso del encuentro entre amigas. En el ejemplo de grado 2 vimos, por el contrario, que el alto grado de indireccionalidad del mensaje apuesta a que el metamensaje sea interpretado a partir de la reafirmación del vínculo, dando por supuesto que todos lo harán, aun cuando esto implique poner en mayor riesgo la imagen propia ante la posibilidad de que el significado del mensaje no se comprendiera.

Por último, en los ejemplos de grado 1 se observa, en cambio, un aparente equilibrio entre ambos factores. Al tiempo que se acude a la indireccionalidad en el mensaje para resguardar la imagen propia, abriendo la posibilidad a una retractación, también se apela a la reafirmación del vínculo, ya que el significado interaccional debe negociarse en el metamensaje.

Cabe aclarar que las conclusiones aquí expuestas no pretenden ser definitivas sino, por el contrario, están abiertas a la continua investigación y al debate en un tema que consideramos de interés siempre vigente y actualizado en tiempos en los que la comunicación se produce de manera ininterrumpida por múltiples vías y medios.

Referencias

ALCÁNTARA PLÁ, M. 2014. Las unidades discursivas en los mensajes instantáneos de wasap. *Estudios de Lingüística del Español*, 35(1):223-242.

BATESON, G. 1972. *Steps to an ecology of mind*. New York, Ballantine, 533 p.

BROWN, P.; LEVINSON, S. 1987. *Politeness: Some universals in language usage*. Cambridge, University Press, 345 p. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511813085>

CRYSTAL, D. 2006. *Language and the Internet*. New York, Cambridge University Press, 304 p. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511487002>

CRYSTAL, D. 2008. *Txtng*. Oxford, University Press, 256 p.

ECKERT, P. 2000. *Linguistic variation as social practice*. Oxford, Blackwell, 260 p.

ECKERT, P.; MCCONNELL, G. 1992. Think Practically and Look Locally: Language and Gender as Community-Based Practice. *Annual Review of Anthropology*, 21(1):461-490. <https://doi.org/10.1146/annurev.an.21.100192.002333>

GOODWIN, C. 1981. *Conversational Organization: Interaction between Speakers and Hearers*, New York, Academic Press, 195 p.

GOODWIN, C. 2000. Practices of seeing: visual analysis. An ethno-methodological approach. In: T. VAN LEEUWEN; C. JEWITT (eds.), *Handbook of visual analysis*. London, Sage, p. 157-182.

GUMPERZ, J. 1982. *Discourse strategies*. Cambridge, University Press, 225 p. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511611834>

HALLIDAY, M.A.K. 1978. *El lenguaje como semiótica social*. México, Fondo de Cultura Económica, 327 p.

HALLIDAY, M.; HASAN, R. 1985. *Language, context and text: Aspects of language in a social semiotic perspective*. London, Routledge, 126 p.

HALLIDAY, M.; MATTHIESSEN, C. 2004. *An introduction to functional grammar*. London, Arnold, 670 p.

JEWITT, C. (ed.). 2009. *The Routledge Handbook of Multimodal Analysis*. London, Routledge, 340 p.

JORDAN, T. 2013. *Internet, Society and Culture. Communicative Practices Before and After the Internet*. New York-London, Bloomsbury, 162 p.

KENDON, A. 1988. How gestures come become like words. In: F. POYATOS (ed.), *Cross-Cultural Perspectives in Nonverbal Communication*. Toronto, Hogrefe, p. 131-141.

KRESS, G. 1997. *Before Writing. Rethinking Paths to Literacy*. London, Routledge, 208 p.

KRESS, G. 2009. What is mode? In: C. JEWITT (ed.), *The Routledge Handbook of Multimodal Analysis*. London, Routledge, p. 54-67.

KRESS, G. 2010. *Multimodality: A social semiotic approach to contemporary communication*. London, Routledge, 212 p.

LACANNA, G. 2016. *Los grados de indireccionalidad en la negociación de significados en la interacción. Una propuesta multimodal de aplicación para la clase de ELSE*. Buenos Aires, Argentina. Tesis doctoral. Universidad de Buenos Aires, 342 p.

LEECH, G. 1983. *Principles of Pragmatics*. London, Longman, 250 p.

LEVINSON, S. 1983. *Pragmatics*. Cambridge, Cambridge University Press, 420 p. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511813313>

MCNEILL, D. 1992. *Hand and Mind: What Gestures Reveal About Thought*. Chicago, University of Chicago Press, 416 p.

MCNEILL, D. 2005. *Gesture and Thought*. Chicago, University of Chicago Press, 328 p. <https://doi.org/10.7208/chicago/9780226514642.001.0001>

MENÉNDEZ, S.M. 2009. Estrategias, registros y géneros discursivos: de la realización a la recurrencia. In: Coloquio de ALEDAR, IV, Córdoba, 2009. *Actas...* Disponible en: <http://www.fl.unc.edu.ar/aledar/index>. Acceso el: 15/11/2016.

MENÉNDEZ, S.M. 2010. Opción, registro y contexto. El concepto de significado en la lingüística sistémico-funcional. *Tópicos del seminario*, 23(1):221-239.

MENÉNDEZ, S.M. 2012. Multimodalidad y estrategias discursivas: un abordaje metodológico. *Revista Latinoamericana de Estudios del Discurso*, 12(1):57-74. Disponible en: <http://www.aledportal.com>. Acceso el: 15/11/2016.

NOBLIA, V. 2014. Cambios sociales y cambios lingüísticos: la conversación y la escritura en el chat. In: A. PARINI; M. GIAMMATTEO (eds.), *Lenguaje, discurso e interacción en los espacios virtuales*. Mendoza, Editorial FFyL-UNCuyo y SAL, p. 119-130.

NORRIS, S. 2004. *Analyzing Multimodal Interaction. A Methodological Framework*. London, Routledge, 180 p. <https://doi.org/10.4324/9780203379493>

NORRIS, S. 2006. Multiparty Interaction. A multimodal perspective on relevance. *Discourse Studies*, 8(3):401-421. <https://doi.org/10.1177/1461445606061878>

- NORRIS, S. 2009. Modal density and modal configuration: Multimodal actions. In: C. JEWITT (ed.), *The Routledge Handbook of Multimodal Analysis*. London, Routledge, p. 78-90.
- OXFORD DICTIONARY. 2017. Emoji. Disponible en: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/emoji>. Acceso el: 24/02/2017.
- SERRANO PUCHE, J. 2013. Vidas conectadas: tecnología digital, interacción social e identidad. *Historia y Comunicación Social*, **18**:353-364.
- STRAUSS, A.; CORBIN, J. 2002. *Bases para la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*. Antioquia, Editorial Universidad de Antioquia, 341 p.
- TANNEN, D. 1981. Indirectness in discourse: Ethnicity as conversational style. *Discourse processes*, **4**:221-238.
<https://doi.org/10.1080/01638538109544517>
- TANNEN, D. 1992. *That's not what I meant!* London, Virago Press, 224 p.
- TANNEN, D. 2005. *Conversational style. Analyzing talk among friends*. Oxford, University Press, 272 p.
- VASILACHIS DE GIALDINO, I. 2006. La investigación cualitativa. In: *Estrategias de investigación cualitativa*. Barcelona, Gedisa, p. 23-64.

Submetido: 28/02/2017

Aceito: 02/05/2018