

THE CONVERSATION

Rigor académico, oficio periodístico



Pathdoc / Shutterstock

Por qué es fácil convertirse (sin querer) en un borde digital

26 abril 2020 21:15 CEST

El correo electrónico, la mensajería instantánea y los medios sociales son hoy los tres servicios de Internet más populares. Acortan distancias, nos acercan a los demás y nos hacen vivir lo instantáneo, lo inmediato. Pero esta inmediatez impone una prisa que no favorece el pensamiento reflexivo ni la claridad del lenguaje.

De ahí que abundan en la red mensajes que, lejos de lograr una comunicación clara, a menudo generan confusión y malentendidos. O bien proyectan una imagen deformada sobre la personalidad o el estado de ánimo del remitente. Si bien la culpa podría achacarse a un uso indisciplinado de estas tecnologías o a una escritura descuidada, las causas son bien diversas.

Lo informal no quita lo cortés

Al intercambiar mensajes en entornos virtuales tendemos a emplear un tono coloquial. Usamos un lenguaje más emotivo, expresivo y espontáneo. Pero esta informalidad no exime de mantener unas pautas de cortesía y cierta corrección lingüística. Así, para evitar problemas conviene, poner cautela en lo que se transmite.

Autor



Jorge Franganillo

Profesor de la Facultad de Información y Medios Audiovisuales, Universitat de Barcelona

Puede sonar extraño hablar de pautas en contextos informales, donde no suele haber tales convenciones. En efecto, las normas de cortesía en la red no están preestablecidas. Obedecen a las expectativas de cada comunidad virtual, que las elabora según las características del medio y según la sociabilidad que se espera en el seno de esa comunidad. Y existen esas normas porque hacen más agradable la convivencia digital.

La cibercortesía, o netiqueta (del inglés *netiquette*), nació de la necesidad de humanizar la comunicación digital. Es un conjunto tácito de reglas que indican la forma correcta y educada de comportarse en línea. Son necesarias, puesto que **no todo vale en Internet**.

Un choque de contextos

Como seres sociales que somos, **nos presentamos de distinta manera** según con quién hablamos, de qué hablamos y dónde tiene lugar la conversación. Situaciones como una entrevista de trabajo, un encuentro amistoso en un bar o una cena en pareja difieren en sus normas y expectativas.

Lo mismo ocurre cuando socializamos en línea. Cuando una persona conversa en Internet, siente que tiene un público. Suele visualizarlo en su mente para decidir cómo presentarse ante él, cómo dirigirse a ese público imaginado. Necesita adaptar su apariencia al contexto.

Pero esa necesidad se complica en los medios sociales, donde se produce un **choque de contextos** al reunir públicos diferentes. Así, un comportamiento o un mensaje destinado a un público determinado puede generar una reacción adversa si llega a otros públicos.

Este fenómeno, conocido como “colapso del contexto”, explica por qué en algunos espacios digitales abundan los sentimientos de ofensa e indignación. Cuando un mensaje se expone a una multitud es fácil que alguien malinterprete las palabras. Y aún hay más.

Más antipáticos que en la vida real

Incluso sin la protección del anonimato, tras la pantalla podemos ser más antipáticos que en la vida real. Está comprobado que la falta de contacto visual provoca un efecto tóxico: nos **desinhibe demasiado**. Y también que el uso de medios sociales produce un aumento momentáneo de la autoestima que nos reduce el autocontrol y nos nubla la percepción de la realidad.

De repente, muchos usuarios se creen con licencia para matar, dueños de la verdad, con derecho a todo. Cada cual quiere proteger su punto de vista, que considera el único correcto, y se enfrenta con fuerza contra quien no lo comparte. Esta conducta, casi disociativa, ilustra que **no actuamos igual en línea que cara a cara**.

Los guiños salen al rescate

Cuando enviamos un mensaje, la producción del texto y su recepción ocurren en dos entornos distintos. Emisor y receptor no comparten el mismo espacio físico. Por lo tanto, no es posible confiar en las señales que suelen ayudar a captar el sentido de los mensajes, como son el tono de voz, los gestos o las expresiones faciales.

Esas señales no verbales, habituales en las conversaciones cara a cara, transmiten la manera como deben entenderse los mensajes. Pueden aclarar, enfatizar o complementar las palabras que decimos. Y pueden también contradecirlas o matizarlas.

Como la escritura digital carece de esas señales, se han buscado formas creativas de sustituirlas. Son ejemplo de ello los emoticonos y emojis, y el uso expresivo de la tipografía y la ortografía. Con estos recursos cada persona tiene su propia forma de hacerse entender. Son guiños que ayudan a identificar en un mensaje de texto la ironía, difícil de detectar de otro modo.

La doble cara de la ortografía

Con la presión de dar una respuesta rápida a mensajes instantáneos y de correo electrónico, tecleamos a toda velocidad y nos exponemos a cometer errores o a pasar por alto los cambios traicioneros del autocorrector. ¿Quién no se ha visto en un apuro por no haber hecho una pausa reflexiva antes de enviar un mensaje?

Está comprobado que la mala escritura no solo crea confusión e incoherencias. También genera desconfianza y nos retrata como menos creíbles e inteligentes. Incluso tiene el potencial de destruir relaciones y de causar la pérdida de oportunidades laborales o de ventas cuantiosas. Todos cometemos errores, pero los descuidos constantes delatan poco interés por hacerse entender.

Nuevos códigos de estilo

Pero los mensajes de texto han adquirido sus propias normas estilísticas, llamadas textismos, que han introducido en el lenguaje escrito códigos nuevos. Un notorio ejemplo es la omisión del punto final cuando un mensaje lo forma una sola frase. Muchas veces, el propio acto de enviar un mensaje se equipara al punto final de una oración.

En consecuencia, este signo se ha vuelto hostil en la mensajería, donde una respuesta terminada con un punto se percibe como menos sincera o como un intento brusco de zanjar la discusión. En cambio, repetir letras o signos de puntuación es una señal de contexto que ayuda a interpretar el sentido del mensaje.

Los buenos modales en el mundo digital

Queda claro que “la palabra es mitad de quien la pronuncia y mitad de quien la escucha”, según dejó escrito Michel de Montaigne. Para entendernos no solo hay que saber hablar, sino también saber escuchar. Cuando una persona comunica algo a otra, se supone que quiere hacer llegar el mensaje con toda claridad.

Pero a veces se producen malentendidos. Ocurren cuando en el acto de comunicarse entra un factor de distorsión que altera el mensaje. El malentendido es un fenómeno originado en las disfunciones propias del acto de comunicarse. Su etimología parece culpar de la confusión al receptor del mensaje, pero a menudo es el emisor quien la propicia.

Estas dificultades no son nuevas, pero es fácil comprobar que siguen siendo problemas actuales y frecuentes. Como solución, ya hace tiempo que en la red han surgido de forma espontánea unas reglas de ética y buenos modales. Son pautas generales, sencillas y de sentido común que nos facilitan la armonía y la buena convivencia en línea.

Algunas de estas pautas son específicas para cada situación o para colectivos concretos. Pero para todos sin distinción será útil el decálogo de buenas prácticas que propone Virginia Shea, experta en cibermodales. Sus diez normas básicas, hoy un clásico de Internet que mantiene plena vigencia, podrían resumirse en dos preceptos capitales:

- Ponte siempre en el lugar de los demás.
- Recuerda que los demás no son necesariamente como tú.



redes sociales Internet lenguaje comunicación educación social