

LEÍSMO Y USO DEL PLURAL EXPRESIVO EN LAS ESTRATEGIAS CONVERSACIONALES EMPLEADAS EN MERCADO LIBRE VENEZUELA

Autores:

María Angélica Henríquez Coronel¹

Yonarlli José Vielma Orellana²

Zulena Cordero³

Yulexy Navarrete Pita⁴

Humberto Castillo Quintero⁵

Dirección para correspondencia: mariangelicahc@gmail.com

Fecha de recepción: 17 de septiembre del 2019

Fecha de aceptación: 19 de diciembre del 2019

Fecha de publicación: 2 de enero del 2020

Citación/como citar este artículo: Henríquez, M., Vielma, Y., Cordero, Z., Navarrete, Y., Castillo, H (2019). Leísmo y uso del plural expresivo en las estrategias conversacionales empleadas en Mercado Libre Venezuela. *Rehuso*, 5(1), 69-81. Recuperado de: <https://revistas.utm.edu.ec/index.php/Rehuso/article/view/1684>

Resumen

La cortesía es un conjunto de estrategias que se usa en la conversación entre dos o más personas para establecer formalismos que eviten o, al menos disminuyan, los apremios que el hablante debe enfrentar al momento de comunicarse. Las variadas formas lingüísticas que se usan con este fin se constituyen en fórmulas consensuadas de cortesía. En este trabajo, se analizaron las formas lingüísticas de cortesía empleadas por el binomio vendedor-comprador, una vez concretada una venta en la plataforma de compras por Internet Mercado Libre Venezuela. La fundamentación teórica se apoya en la teoría de cortesía (Scandelle, 1996), Ciberlingua (Fracca, 2006), leísmo (Lapesa, 1993), interpretación del leísmo (García, 1975), reanálisis cuantificador plural y cuantificador intensivo. La investigación se ha realizado bajo un enfoque cualitativo, y se usa la netnografía como diseño de investigación. La muestra fue tomada de conversaciones del chat de Mercado Libre Venezuela entre mayo-junio 2018 y para su análisis se diseñaron matrices estructuradas fundamentadas en las teorías señaladas en las que se identificaron y distinguieron los aspectos lingüísticos objeto de estudio. Se concluyó que el leísmo de cortesía es empleado como forma lingüística de tratamiento y de interacción en la que la selección del pronombre clítico *le* en función acusativa apareció predominantemente con los verbos, esperar, llamar, dar y mandar. También hubo presencia relevante de fórmulas nominales ritualizadas de cortesía en singular y plural.

¹ Universidad Técnica de Manabí-Ecuador mariangelicahc@gmail.com <https://orcid.org/0000-0001-7804-9830>

² Universidad Pedagógica Libertador-Venezuela vielma.yon@gmail.com <https://orcid.org/0000-0002-3462-6859>

³ Universidad Pedagógica Libertador-Venezuela <https://orcid.org/0000-0001-9422-1290>

⁴ Universidad Técnica de Manabí-Ecuador yulexynp@gmail.com <https://orcid.org/0000-0001-7804-9830>

⁵ Universidad de Los Andes-Venezuela hpcastilloq@gmail.com <https://orcid.org/0000-0001-5510-5780>

Palabras clave: leísmo; cortesía; plural expresivo; lingüística; cibercomunicación;

Leísmo and courtesy plural pronouns as conversational strategies in Mercado Libre Venezuela, a virtual trade platform.

Abstract.

Linguistic courtesy consists in a polite set expressions used in any social relationship in order to avoid or at least mitigate conflicts among participants in communicative interchange. The variety of linguistic structures for this purpose become in consensus-based formulas of courtesy. In the present research, the courtesy and its linguistic forms used by the seller-buyer binomial were analyzed, once the sale was made on Mercado Libre Venezuela, an e-shop. It is based in Theory of courtesy (Scandelle, 1996), Ciberlingua (Fracca, 2006), Leísmo (Lapesa, 1996 y García 1995) Reanalysis of plurals quantifiers and intensity quantifiers. Methodologically, the investigation was under qualitative paradigm and netnography as research design. The sample was collected from e-shop chats from May to June 2019 and the analysis of the corpus required the design of ad hoc matrices to organize and identify the data according the linguistic forms appeared in it. This allowed to conclude that courtesy leísmo was frequently employed as the main linguistic form of courteous treatment. The preference of use of *le* as an accusative clitic pronoun was notorious with verbs like call, send, give and wait. There was also relevant presence of ritualized nominal formulas of courtesy in singular and plural

Keywords: Leísmo; linguistic courtesy; courtesy plural pronouns; linguistic; cibercommunication.

Introducción

La comunicación humana ha trascendido el tradicional encuentro cara a cara entre personas o de escribir sobre un medio las ideas para compartir con otros, pues con la revolución tecnológica han surgido nuevas formas de comunicación que han venido generando espacios comunicativos particulares y hasta hace poco desconocidos. En este sentido, la presente investigación pretendió evidenciar la presencia de cortesía en los espacios virtuales y analizar las formas lingüísticas en las que esta aparece en las interacciones comerciales entre compradores y vendedores de la tienda virtual Mercado Libre Venezuela, específicamente en las conversaciones que se generan luego de ser concretada una compra. Se revisó, por una parte, la adecuación en el uso de los pronombres clíticos *le/lo* y la presencia del leísmo de cortesía y, por otra parte, el empleo de formas nominales con valor expresivo en el plano de la cortesía.

Para este trabajo no se tomaron en cuenta las otras formas de contacto que surgen en la tienda virtual, tales como las interacciones por correo electrónico o por chats privados como Whatsapp o Telegram, menos aún las conversaciones telefónicas, ya que la expresión escrita es el objeto de estudio.

Haciendo un poco de retrospectiva, se evidencia que las formas comunicativas tradicionales han venido mostrando cambios notables impulsados por la evolución de la misma sociedad, pero, sobre todo, por la incorporación de los grandes y asombrosos avances tecnológicos. En el siglo XX, la introducción de medios de comunicación masivos como el teléfono, la televisión y la radio acapararon la atención y permitieron que la comunicación oral y las imágenes se apropiaran de los espacios comunicativos con una diferencia respecto a la comunicación escrita.

A finales de ese siglo, con la revolución que produjo la incorporación de Internet en la sociedad, la comunicación escrita recobró espacios de participación. Sin embargo, dentro de la expresión escrita surgieron nuevas modalidades, tal es el caso de la escritura en los medios digitales. Esto ha propiciado numerosas incorporaciones lingüísticas al acervo de la lengua castellana, pero, también

nuevas formas de comportamiento lingüístico, lo cual justifica el propósito de este trabajo, pues las expresiones escritas en los chats de la tienda virtual son una expresión fidedigna del uso de lenguaje en la virtualidad, un entorno en el que parecen invisibilizarse las diferencias sociales, pues favorece la interacción entre hablantes de distintos niveles culturales y de perfiles disímiles. Esta asunción sugiere la presencia de normas de cortesía consensuadas y adecuadas a las interacciones virtuales.

Siguiendo a Álvarez (2005) se entiende grosso modo, que la cortesía cambia de sujeto y que, a su vez, pasa a significar la consideración que uno le debe a la otra persona o interlocutor. Tal consideración, se traduce en los entornos virtuales en cortesía lingüística, para la cual Shea (1994) ha acuñado el neologismo *netiqueta* en español y proviene de la fusión de dos términos: *net*, que significa, red y etiqueta.

Tales normas de comportamiento lingüístico no han sido impuestas por ninguna organización, sino que han ido surgiendo de manera consensuada por parte de la propia comunidad de internautas, sin embargo, en un documento conocido como RFC 1855 y publicado en 1995, fueron compiladas algunas de ellas como sugerencias para regular las, cada vez, más crecientes, interacciones en la red.

Las tiendas virtuales son parte de los numerosos nuevos espacios sociales generados a partir de la evolución tecnológica, y son usadas asiduamente en la vida cotidiana debido a su comodidad, practicidad e inmediatez. Estos “nuevos espacios” permiten conocer aspectos de la ciberlengua escrita en la que se comunican los actores de una transacción compra-venta en el ciberespacio.

Así pues, el análisis del uso de la lengua vehiculada en estos chats permitió un acercamiento científico al novedoso quehacer comunicativo virtual actual y a la cortesía lingüística manifiesta en las relaciones interpersonales en contextos ciberespaciales. Permitted, además, evidenciar aspectos gramaticales y pragmáticos que la distinguen de la comunicación oral o la expresión escrita en contextos tradicionales.

Metodología (Materiales y métodos)

La investigación se desarrolló bajo el enfoque cualitativo, fundamentado en que era el interés de esta investigación observar el comportamiento y la expresión escrita de los cibernautas en la tienda virtual Mercado Libre Venezuela. El foco de atención apuntó a identificar y analizar los usos lingüísticos asociados a la cortesía generados en la interacción comprador/vendedor de la plataforma virtual señalada, sin intervención ni manipulación alguna, sino partiendo de la espontaneidad de sus diálogos. Los datos que constituyen el corpus a analizar fueron tomados de 10 intercambios comerciales. Se entiende por corpus, siguiendo la definición que aporta la Real Academia, al conjunto lo más extenso y ordenado posible de datos o textos científicos, literarios, etc., que pueden servir de base a una investigación.

Dentro de este enfoque se ha realizado un tipo de investigación netnográfica, ya que se ha hecho un acercamiento a la realidad del ciberespacio en su propio terreno. La netnografía se asemeja a la etnografía, pero con la variante de que el espacio físico que estudia es virtual, su campo de aplicación es el ciberespacio. Tomamos la definición sobre etnografía que nos presenta Kozinets (citado en Turpo, 2008) para quien este es “un método de investigación derivado de las técnicas de etnografía desarrolladas por la investigación antropológica, esto ha incrementado la posibilidad de filtrar las complejas oportunidades de información acerca de las comunidades en la World Wide Web” (p. 84).

El objeto de análisis consistió en 32 enunciados revestidos de cortesía generados tanto por el vendedor como por el comprador de la tienda Virtual Mercado Libre Venezuela, una vez que se ha concretado la venta. La redundancia en la aparición de las formas de cortesía en la muestra indicó el momento de detener la recolección y el análisis, resultando una muestra suficientemente

representativa para tener indicios objetivos de la forma cómo escriben los cibernautas, enfatizando las formas de cortesía.

La técnica empleada para el análisis del corpus fue el análisis de discurso, la cual permite penetrar en la semiótica discursiva con la forma como objetivamente se produce y se entrega del mensaje. Para ello, se diseñaron matrices *ad hoc*, que incorporaron todas las variables de interés para la investigación. Dichas matrices se fundamentaron en las teorías que sustentan a la misma y se muestra a continuación:

Tabla 1. Matriz de análisis del leísmo.

| Identificación del Corpus: | | | |
|-----------------------------------|------------------|------------------|------------------|
| Código | Enunciado | Referente | |
| | | Animado | Inanimado |
| | | | |

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 2. Matriz de análisis del uso del pronombre clítico *le* en función acusativa y su relación con el verbo.

| Identificación del Corpus: | | | | | | |
|-----------------------------------|------------------|--------------|------------------|-----------|------------------|------------------|
| Código | Enunciado | Verbo | Pronombre | | Referente | |
| | | | le | lo | Animado | Inanimado |
| | | | | | | |

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 3. Matriz de análisis del uso de la forma nominal (singular o plural).

| Identificación del Corpus: | | | |
|-----------------------------------|------------------|----------------------|---------------|
| Código | Enunciado | Forma nominal | |
| | | Singular | Plural |
| | | | |

Fuente: Elaboración propia.

La interacción vendedor-comprador en cada corpus fue codificada, lo que permitió hacer un análisis más detallado de cada componente lingüístico de interés, posteriormente, se transcribió el texto siguiendo fielmente el original, sin realizar correcciones de errores ortográficos, sintácticos, etc. y se procedió al análisis de los enunciados y las formas de cortesía recogidas sobre el uso del leísmo, y demás aspectos de interés para la investigación.

Resultados

El objetivo principal de esta investigación consistió en analizar las formas lingüísticas de cortesía usadas en la interacción entre vendedores y compradores de la tienda virtual Mercado Libre Venezuela, enfatizando en el uso del leísmo, acompañado de cuantificador plural y cuantificador intensivo.

Para el análisis se crearon dos tipos de código, uno para identificar la intervención de los vendedores y el otro para distinguir el turno de palabra de los compradores. Así, DTVV son las siglas de Discurso de Tienda Virtual Vendedor y luego se acompaña del número secuencial ascendente que le corresponda, mientras que los compradores se identificaron con DTVC, es decir,

Discurso de Tienda Virtual Compradores e igualmente se enumera secuencialmente. Cabe destacar que sólo se han tomado los enunciados en los que se encontraban las estructuras de cortesía objeto de investigación, obviando aquellos en los que no hubo manifestación de cortesía lingüística

De esta manera, luego del análisis de los 32 enunciados que constituían el corpus de trabajo, se obtuvieron los siguientes resultados:

Para el uso del leísmo: se presenta una tabla resumen de los textos cuyos contenidos incluyen el uso del pronombre clítico *le* en función acusativa:

Tabla 4. Tabla resumen de uso de pronombre clítico *le* en función acusativa ⁶

| Código | Enunciado | Referente | |
|--------|--|---------------------|------------------|
| | | Animado | Inanimado |
| DTVV1 | hola buenas noches, comuníquese el día lunes a número 04149131580 marilie castillo, le espero. | 'le espero' | |
| DTVV2 | Saludos usted misma me dijo por llamada que le enviará el lunes | | 'que le enviará' |
| DTVV2 | No se preocupe así sea de otro banco yo pago y le envío mañana igual eso va a caer | | 'y le envío' |
| DTVV2 | Claro que si entre lunes o martes le estoy llamando | 'le estoy llamando' | |
| DTVV3 | Igualmente puede facilitarme su número y yo le llamo en breve. | 'yo le llamo' | |
| DTVC6 | Mañana por la mañana le llamara un vendedor de la tienda para concretar detalles del producto | 'le llamara' | |

Fuente: Elaboración propia.

Entre las estructuras lingüísticas que los usuarios de Mercado Libre Venezuela usaron para dirigirse a su interlocutor de forma respetuosa, predominó el pronombre átono *le* en función acusativa. Este pronombre usado con esa función permite dar un trato respetuoso en la relación comunicativa. En la muestra, se usó con referente animado en 8 ocasiones, mientras que su uso con referente inanimado apareció en 2 enunciados.

El leísmo de cortesía es aceptado por la Real Academia Española, solo si el referente es una persona. En este sentido en las interacciones comunicativas, se evidencia por ejemplo en los enunciados: '*le espero*', '*se le envía*', '*le estoy llamando*', '*yo le llamo*'. Al respecto, Lapesa (citado en Pérez (1999) señala que el leísmo ha sido siempre más frecuente en relación con entidades animadas que inanimadas.

⁶ Se transcribe textualmente del original.

Tabla 5. Resumen del uso de pronombres átonos le/lo seleccionados según el verbo y referente ⁷

| Código | Enunciado | Verbo | Pronombre | | Referente | |
|--------|--|---------|-----------|----|-----------|-----------|
| | | | le | lo | Animado | Inanimado |
| DTVC1 | Buenas lo voy a retirar personalmente | retirar | | x | | x |
| DTVV1 | hola buenas noches, comuníquese el día lunes a numero 04149131580 marilie castillo, le espero. | esperar | X | | X | |
| DTVV2 | Saludos usted misma me dijo por llamada que le enviará el lunes | enviar | X | | | x |
| DTVV2 | No se preocupe así sea de otro banco yo pago y le envió mañana igual eso va a caer | enviar | X | | | x |
| DTVV2 | Claro que si entre lunes o martes le estoy llamando | llamar | X | | X | |
| DTVV2 | Igualmente puede facilitarme su número y yo le llamo en breve. | llamar | X | | X | |
| DTVV4 | Verifique que es el que quiere y le envío. | enviar | X | | X | |

Fuente: Elaboración propia

El pronombre *lo* apareció una sola vez y acompaña al verbo retirar, siendo inanimado. Por su parte el pronombre *le* se usa 8 veces con los verbos enviar (5), llamar (2) y esperar (1). Respecto al referente, 6 de ellos son animados y 2 inanimados.

La selección del pronombre clítico *le* en función acusativa, es empleado con los verbos esperar y llamar. El clítico *le* con estos dos verbos sustituye a un objeto directo (humano y singular). Estos datos confirman la tesis de Lapesa (1993), que el fenómeno del leísmo es más frecuente cuando se trata de objeto humano y singular; aunque también se evidenció el referente humano femenino. Con respecto al verbo enviar acompañado del clítico *le*, sustituye tanto a un objeto directo inanimado, uso impropio, como indirecto (animado), uso etimológico. El pronombre átono *lo* es empleado según su función etimológica.

Cuantificador intensivo: la presencia de expresiones que reflejan el uso del cuantificador intensivo fue uno de los aspectos más comunes en el corpus analizado. Predominó en la muestra el uso canónico en plural en detrimento de la su variante singular como saludo inicial en la mayoría de los intercambios analizados.

⁷ Se transcribe textualmente del original.

Tabla 6. Resumen de formas nominales con valor expresivo⁸

| Código | Enunciado | Forma nominal | |
|--------|---|----------------|------------------------------|
| | | Singular | Plural |
| DTVV1 | Buenos días, si amigo somos tienda física, producto disponible, de lunes a viernes de 8 a 12 y de 2 a 5 | | ‘Buenos días’ |
| DTVC1 | Buenas lo voy a retirar personalmente | | ‘Buenas’ |
| DTVV1 | hola buenas noches, comuníquese el día lunes a numero 04149131580 marlie castillo, le espero. | | ‘buenas noches’ |
| DTVC2 | Buenas tardes que logó hacer por mi. | | ‘Buenas tardes’ |
| DTVV2 | Saludos usted misma me dijo por llamada que le enviará el lunes | | ‘Saludos’ |
| DTVV4 | Buen día pana escribe para q nos pongamos de acuerdo | ‘Buen día’ | |
| DTVV5 | Buen día amigo, estoy ubicado en Ciudad Center-Boleita | ‘Buen día’ | |
| DTVV6 | Saludos gracias por la compra | | ‘Saludos’, ‘gracias’ |
| DTVC6 | buen día, solo tienes ese banco? | ‘buen día’ | |
| DTVC7 | Buen día cuanto es lo mínimo por esa caja | ‘Buen día’ | |
| DTVV7 | Saludos 12500 es la raya y de verdad porque ustedes ya son clientes | | ‘Saludos’ |
| DTVC8 | buen día, solo tienes ese banco? | ‘buen día’ | |
| DTVV9 | Buen día si... | ‘Buen día’ | |
| DTVV10 | BUEN DÍA!!!! La presente es para enviar información por compra | ‘BUEN DÍA!!!!’ | |
| DTVV11 | Sr Richard buen día. El pago se reflejo en nuestras cuentas el día miércoles | ‘buen día’ | |
| DTVC12 | Saludos por favor envíeme la cuenta del Venezuela | | ‘Saludos’ |
| DTVC13 | Saludos Darwin como hacemos para el envio? | | ‘Saludos’ |
| DTVC14 | Saludos como hacemos para la compra? | | ‘Saludos’ |
| DTVV14 | Buenos días, oferte con confianza. Estamos a su orden. | | ‘Buenos días’ |
| DTVC15 | Muy buenos días, saludos, por favor enviar a la oficina de MRW San Felipe estado Yaracuy | | ‘Muy buenos días’, ‘saludos’ |
| DTVV15 | Buenos días, estimado cliente. Gracias por su compra. | | ‘Buenos días’, ‘Gracias’ |
| DTVC16 | Saludos amigo de casualidad no tienes provincial??? | | ‘Saludos’ |
| DTVV16 | Buenos días amigo, no tengo provincial | | ‘Buenos días’ |
| DTVC17 | Buen día compañero, me puede desir las cuentas de los banco haber cual le tranfiero | ‘Buen día’ | |
| DTVC17 | Buen día, estamos cerrados por feriado pero con gusto mañana le soluciono su problema | ‘Buen día’ | |
| DTVC18 | Buenos días. No hay color azul. Sólo plata y verde | | ‘Buenos días’ |

⁸ Se transcribe textualmente de original.

| Código | Enunciado | Forma nominal | |
|--------|---|---------------|---------------|
| | | Singular | Plural |
| DTVV19 | Buenos días...puede transferir a Mercantil y me manda la foto de la trans para poder hacer el envío. Es un placer atenderle | | ‘Buenos días’ |
| DTVC20 | Buen día. Si puede mándeme por chat privado la talla | ‘Buen día’ | |

Fuente: Elaboración propia.

La expresión *Buen día* fue usada 11 veces, lo que permitió atestiguar el uso extendido de esta variante que se encuentra en coexistencia con la forma canónica del plural expresivo *Buenos días* como fórmula de cortesía. Sin embargo, el análisis del corpus evidenció el predominio del uso aceptado del plural en la mayoría de las expresiones de cortesía tales como: buenas, saludos, buenos días, gracias, buenas tardes.

Discusión

Yus (2001) concibe la conversación virtual, como una nueva forma de comunicación que consta de códigos propios y que traspasa los límites de la oralidad y la escritura. Esta variabilidad de interacción viene denotada por su carácter dialógico y debido a ello, la sociedad y sus individuos consensuan normas que regulan el comportamiento discursivo, y controlan la distancia social con la finalidad de establecer un equilibrio, y en consecuencia mantener las buenas relaciones.

Los usuarios de una lengua emplean para expresarse, las diferentes posibilidades lingüísticas que esta les proporciona. Por ejemplo, el uso del pronombre átono *le* en función acusativa, es una de esas formas que el hablante emplea asociado al trato de *usted*, teniendo en cuenta que su función etimológica, heredada del latín, es dativa. Sin embargo, este leísmo denominado de cortesía se justifica por el deseo de evitar la ambigüedad de sentido que conlleva el uso de los pronombres acusativo *lo(s)*, *la(s)*, ya que estos podrían referirse tanto a un interlocutor presente como a una persona que no participa en la conversación. RAE (2005).

Otro ejemplo lo constituye que cuando se inicia una conversación, pueden emplearse registros conocidos bien sea formales o familiares independientemente del trato de relación que exista entre los participantes,. En la comunicación digital, en cambio, suele comenzarse con saludos tales como: *hola*, *buenos días*, *buenas noches*, entre otros, constituyendo así el primer paso para comunicarse a través de estos medios.

También puede señalarse que, desde el punto de vista sintáctico-gramatical, hay un aspecto distintivo del español con respecto a otras lenguas derivadas del latín, como por ejemplo el francés o el italiano. En estas últimas lenguas, la expresión de cortesía para el saludo es *bonjour* y *bongiorno*, respectivamente, y son vocablos en singular. Sin embargo, en castellano existe el plural expresivo, como forma canónica de cortesía. Así, la expresión *buenos días* es la no marcada para saludar, a pesar de hacer referencia a un sólo día, al de hoy. Esto último y la interferencia con las otras lenguas podría llevar a pensar a algunos hablantes, que la forma lógica es *buen día*.

La cortesía es el conjunto de estrategias que emplean los usuarios de una lengua para guiar el buen uso de la misma, evitando así confusiones en la comunicación. Escandell (1996) plantea que cuando el hablante se enfrenta a un conflicto entre sus objetivos y los del destinatario, y a la vez, no quiere romper sus buenas relaciones con él, se vale de un conjunto de estrategias conversacionales destinadas a evitar o mitigar dichos conflictos.

Este autor también define la cortesía como un conjunto de normas sociales establecidas por cada sociedad y cultura. Así, lo que se ajusta a las reglas se considera cortés y lo que no se ajusta es

sancionado como descortés. Esto explica las diferencias que existen entre una sociedad y otra para la consideración de la cortesía o la descortesía.

Leech (citado en Tusón, 1997) afirma que “la cortesía se entiende como parte de la retórica personal”. Por otra parte, y a pesar de que el principio de cortesía es universal, Brown y Levinson (citado en Tusón, 1997), plantean que las estrategias de cortesía no siempre se respetan, a veces porque queremos ser rudos o porque tenemos mucha confianza con el interlocutor, o también porque la situación particular en la que se encuentren los participantes haga inadecuado el uso de estrategias de cortesía.

Con los cambios que ha generado la sociedad de la información, se han producido, incluso, nuevos términos que se incorporan de hecho, al repertorio del vocabulario. Es el caso de la ciberlingua, que como comenta Balanta (2008) “...las nuevas realidades científicas y tecnológicas, todo lo cual supone una especie de revolución lingüística que ha traído consigo el surgimiento de nuevos términos como: ciberlingua, ciberpragmática, cibersociedad, cibercultura, entre otros, que tienen que ver con la red de redes...”(p. 115).

Fraca (2006) define la ciberlingua desde la mirada del pensamiento complejo, como una auto-socio-ego-re-organización ecologizada, puesto que es a partir de los distintos entornos ecológicos en la que se realiza la interacción comunicativa textual que ha permitido la emergencia de una sociedad red y de un medio de comunicación mediado por el computador (CMC). Por consiguiente, la ciberlingua es uno de los modos de manifestación del lenguaje en la actualidad, que surgió debido al auge de las nuevas tecnologías y está a la par de la lengua oral y la escrita.

Así, Fraca explica que dependiendo de los entornos ecológicos en los que “habita” el individuo, es decir, en los diferentes contextos donde se produce la comunicación, se puede hablar de lenguaje oral, lenguaje escrito y escritura electrónica. Es importante tener presente la concepción de lenguaje hecha por Saussure (en Fraca, 2006), el cual expone que éste es un fenómeno social, y por darse en la sociedad, se puede encontrar en diferentes esferas de la misma. La ciberlingua concibe en sí un modelo en-red-ado cuya particularidad es denotada en la comunicación mediada por el computador en la sociedad red. En dicha comunicación, el elemento diferenciador que emerge es la ciberlingua, y esta posee en sí particularidades y antagonismos, donde se conjugan aspectos del mundo real con el virtual.

De las nuevas terminologías surgidas con las tecnologías, el ciberespacio es de las más conocidas y populares y este es definido por la Real Academia de la Lengua Española (2019) como un ámbito virtual creado por medios informáticos. El término fue acuñado por el escritor William Gibson en 1984, en su obra *Neuromante* usando el término para referirse al espacio interior de la computadora y sus interconexiones. En este espacio virtual se desarrollan relaciones personales, aprendizaje, entretenimiento, entre muchas otras cosas, generándose una comunicación, que gran parte de los casos es escrita. El uso del chat, concebido como una charla en la virtualidad, ya está muy popularizado y es de uso extendido entre los más diversos tipos de usuarios.

El uso de la cortesía en la red se conoce también con el nombre *netiquette* y esta genera nuevas claves para el entendimiento entre interlocutores. “Esta cortesía puede ser guiada por los propios internautas, como en el caso de los correos electrónicos o puede ser impuesta por un “moderador” como ocurre en ciertas salas de chateo” (Fraca, 2006, p. 222). Es interesante la concepción que tiene Yus (2001) cuando manifiesta que el chateo es concebido como un tipo de discurso pluridialógico distintivo en la red, cuya noción implica una conversación oral con soporte escrito.

Todas estas consideraciones generales en torno a los novedosos formatos en los que se ejerce la comunicación actual, se conjugan con aspectos particulares como los de interés para esta investigación. Las fórmulas de cortesía que resultan adecuadas para las tradicionales formas de

comunicación se trasladan a estos entornos virtuales, y en esa “traducción”, se reinventan para adaptarse.

El leísmo podría considerarse un ejemplo de ello. Entendido como el uso impropio de *le(s)* en función de complemento directo, en lugar de *lo* (para el masculino singular o neutro), *los* (para el masculino plural) y *la(s)* (para el femenino), que son las formas a las que corresponde etimológicamente ejercer esa función (RAE, 2005), el leísmo de cortesía como forma lingüística empleada es aceptado por la Real Academia Española, siempre y cuando, el referente sea una persona.

Pérez (1999) refiere que el fenómeno del leísmo, se concibe como la sustitución de los pronombres de acusativo **lo, la, lo, los** por los pronombres del dativo *le* y *les*. Este uso está documentado sobre todo en el español de España, mientras que, en América persiste el uso etimológico de los pronombres del acusativo. Sin embargo, lingüistas como García (1975) y Martínez (1996) han encontrado el uso del clítico *le* para representar el objeto directo en algunas regiones hispanohablantes de América.

El leísmo generalizado en todo el mundo hispánico es el leísmo de cortesía. Se trata del uso de *le(s)* en función de complemento directo cuando el referente es un interlocutor al que se trata de *usted*. Este leísmo se justifica por el deseo de evitar la ambigüedad de sentido que acarrearía el uso de los pronombres de acusativo *lo(s)*, *la(s)*, ya que estos podrían referirse tanto a un interlocutor presente como a una tercera persona no partícipe en la conversación. RAE (2005).

Uno de los trabajos más importantes sobre el uso del clítico *le* con función acusativa lo ha realizado el filólogo español Lapesa, quien presenta un estudio diacrónico del fenómeno que, según explica, se registra ya en textos como el Cantar del Mío Cid. Lapesa analiza los verbos que aparecen en ese texto y los clasifica, tomando en cuenta la transitividad y la alternancia del tipo de argumento de dichos verbos en latín. Indica que el fenómeno del leísmo se originó por dos vías: la primera por la perduración del dativo con un grupo de verbos transitivos y la segunda por el contagio de la construcción de dativo a otros verbos que en latín regían acusativo y que pasaron al castellano como verbos transitivos.

Lapesa plantea que algunos escritores andaluces, que no son leístas, concuerdan en que existe la alternancia del clítico *le* con el clítico *lo*. El uso de *le* se da con mucha frecuencia en verbos como complacer, esperar, informar, llamar, obedecer, odiar, ofender, seguir y servir, y es minoritario en verbos como avisar, conocer, guardar, perdonar, querer, recibir, recordar y temer. Asimismo, afirma que algunos autores hispanoamericanos, que generalmente siguen el uso etimológico de los clíticos, certifican, también, la presencia de *le* con función acusativa con verbos como acompañar, dejar, esperar, observar, querer y salvar, cuando el objeto directo se refiere a persona.

El uso del clítico *le* con función acusativa se ve favorecida por la presencia de un complemento directo: humano, masculino y singular. Asimismo, el empleo de *le* versus *lo/la* tiene por finalidad oponer la designación de la persona (marcada con *le*) frente a la designación de la cosa (marcada con *lo* o con *la*). La tesis de Lapesa señala que el leísmo ha sido siempre más frecuente en relación con entidades animadas que inanimadas, y con entidades masculinas que femeninas, así como también las entidades en singular que en plural.

García (1975) realizó investigaciones sobre el lenguaje oral y escrito usado en la ciudad de Buenos Aires. Estas investigaciones dan paso a la aproximación de la interpretación de la variación entre *le* y *lo/la* que se produce en ciertos contextos. Desde este punto de vista, las posibles diferencias sintácticas en los contextos de variación no son sino expresiones de las distinciones semánticas que el hablante introduce para transmitir exactamente su mensaje.

A partir de las situaciones en que el verbo selecciona tres argumentos o participantes, las únicas que permiten la convivencia de *le* con *lo/la*, García establece los valores semánticos asociados a esas formas que intentará verificar en todos los contextos sintácticos en que aparezca alternancia entre ellas. Pero mientras que el empleo de *le*, para referirse a un objeto, indica que éste es menos activo, el de *lo, la*, significan que el objeto es mínimamente activo. A estos valores se añaden los de género: *la* refiere a entes femeninos, *lo* a no-femeninos y *le* no indica género. El grado de participación en la acción, el caso, y no el género, es el factor que se esconde tras la variación.

De acuerdo con su análisis, el léismo no debería existir en los contextos de tres participantes, donde *le* y *lo/la* contrastan sus valores; sólo puede existir, y es razonable que exista, en los contextos de dos participantes, ya que en ellos el sistema pone a disposición del hablante dos formas (dativo y acusativo) cuando hubiera bastado una. Dos parámetros explican la sustitución de *lo/la* por *le* en estos contextos: la naturaleza del objeto y la del sujeto. Si el objeto es activo, su participación en la acción se aproximará a la del sujeto y la referencia podrá realizarse mediante *le*. El objeto es más activo si es animado, desempeña una actividad real, el sujeto es parte del objeto, es masculino, o se refiere a una segunda persona en señal de respeto o cortesía. Por otro lado, si el sujeto no es tan activo como sería de esperar, el objeto estará más vinculado a la acción verbal y también podrá ser referido por *le*. El sujeto es débilmente activo si es inanimado, o es inespecífico. Es determinante en la selección del clítico el carácter del verbo, si es activo seleccionará *lo/la*; si es estático, *le*.

Para abordar otro aspecto que ha sido considerado en la investigación, tomaremos la definición que aporta Company (2017) sobre la reanálisis, entendiéndolo como un cambio en el estatus funcional de una forma o construcción sin que necesariamente se produzca un cambio en la manifestación externa formal, fónica, de la forma o construcción en cuestión.

Aikhenvald y Dixón (citados en Company 2017) exponen que diacrónicamente, el número es una categoría muy estable, que permanece incluso en situación de competencia estructural ante otras categorías morfológicas, todo lo cual fortalece la posibilidad de que el plural se pueda extender a otras funciones y ámbitos contextuales afirman. El morfema de plural *s*, reanalizado junto con su base nominal, puede indicar un valor pragmático expresivo, y por consiguiente carece de valor plural al pasar al grado de intensidad.

Finalmente abordaremos un aspecto que fue objeto de estudio de esta investigación, y es lo que se conoce con el nombre de plurales expresivos, un tipo de plural que no denota cantidad sino intensidad. Según la RAE (2005), en español existen palabras y expresiones fijas de cortesía que usan el plural para aumentar la intensidad de su significado, pero que no tiene que ver con la cantidad a la que podría hacer referencia. En este sentido, las expresiones como *gracias, saludos, felicitaciones, muchas gracias, buenas tardes, buenas noches, buenos días* cumplen con esta definición. Cabe destacar que el tipo de plural usado en las expresiones de cortesía escritas anteriormente, son usadas minoritariamente usando el singular en algunos países latinoamericano (Argentina, Chile, Colombia, Costa Rica, México y Venezuela, lo que cuestiona la norma establecida, razón por la cual las academias han debido pronunciarse al respecto. En este sentido, la Academia Mexicana de Lengua (2016) sostiene que no existe ninguna causa lingüística para el uso singular de las fórmulas de saludos.

Conclusiones

El análisis de las interacciones comerciales de la tienda virtual Mercado Libre Venezuela evidenció que la cortesía, también, está presente en el ciberespacio. Esto era de esperarse dado que la cortesía constituye un conjunto de herramientas culturales heredadas e institucionalizadas cuya finalidad es regular las relaciones sociales evitando posibles conflictos y generando acuerdos. Estas estrategias de cortesía aparecieron desde el inicio y en todos los intercambios. La alta presencia de fórmulas de saludo al inicio y fórmulas de agradecimiento al final de la interacción comercial demuestra que la práctica de la cortesía es la norma en las tiendas virtuales en Venezuela.

Con respecto al plural expresivo, que es canónico en las fórmulas de saludo tales como *buenos días*, *buenas tardes*, *buenas noches*, *gracias*, se observó predominancia de la norma. Sin embargo, la alta aparición del uso *buen día* revela que esta variante en singular está ganando espacios en estos intercambios virtuales. Si tomamos en cuenta que las personas que se comunican por este tipo de redes conforman un abanico variado en cuanto a edad, nivel educativo y sociocultural, nivel económico, consideramos que el uso del plural expresivo tiene un dominio aceptable por parte de la población.

Sobre la selección del pronombre clítico *le* en función acusativa, se observó que es empleado predominantemente con los verbos, esperar y llamar, todos ellos de alta frecuencia de uso en los intercambios comerciales virtuales. El clítico *le* con estos dos verbos sustituye a un objeto directo (humano y singular). Con respecto al verbo enviar acompañado del clítico *le*, sustituye tanto a un objeto directo inanimado, uso impropio, como indirecto (animado), uso etimológico. El pronombre átono *lo* es empleado según su función etimológica. En lo que respecta al uso del pronombre átono *le* en función acusativa empleados por los interlocutores de Mercado libre Venezuela, se evidencia gran parte de enunciados cuyas características refieren a la presencia del leísmo de cortesía como forma lingüística usada en las interacciones comunicativas. Se encontraron pocos usos impropios del pronombre clítico *le* con referente inanimado.

Referencias Bibliográficas:

- Academia Mexicana de la Lengua. (2017). *Buena noche o buenas noches*. Recuperado de <http://www.academia.org.mx/espin/respuestas/item/buena-noche-o-buenas-noches>
- Álvarez, A (2005). *Cortesía y descortesía*. Mérida: Universidad de Los Andes.
- Balanta Castilla, Nevis (2008). *La Ciberlingua: una variedad compleja de lengua en Internet de Lucía Fraca de BarreraTecnura*. Bogota: Universidad Distrital Francisco José de Caldas.
- Bravo, D. y Briz A. (2004). *Pragmática sociocultural: estudios sobre el discurso de cortesía en español*. Ariel: Barcelona.
- Centro Virtual Cervantes (2011). *Sobre buenos días y buen día*. Recuperado de https://cvc.cervantes.es/foros/leer_asunto1.asp?vCodigo=40911
- Company, Concepción Company. (2017). Plurales que no son Plurales. Una Apoatación del español a la tipología de reanálisis. *Lingüística*, 33(1), 73-87. Recuperado de <https://dx.doi.org/10.5935/2079-312x.20170005>
- Escandell, V. (1996). *Introducción a la pragmática*. Ariel: Barcelona.
- Fraca, L. (2006). *La ciberlingua, una variedad compleja de lengua en internet*. UPEL-IPC: Caracas.
- Gómez, L. (2000). *Gramática didáctica del español*. Madrid: SM
- Hernández, I. (2018). *Por qué en español decimos buenos días o buenas noches en plural (y no en singular como en las demás lenguas)*. Recuperado de <https://www.bbc.com/mundo/42241874>
- Ortiz, R. (1993). *Paradigmas de la investigación*. Caracas: Universidad Nacional Abierta.
- Pérez, L. (1999). *La función acusativa del clítico le en el español de Caracas*. Caracas: Lingua Americana.

Pérez, L. (2008). *¿Buen día o se debe decir buenos días?* Recuperado de <https://educacion.ufm.edu/buen-dia-o-se-debe-decir-buenos-dias/>

Real Academia Española (2005). *Diccionario panhispánico de dudas*. Recuperado de <http://www.rae.es/consultas-linguisticas>

Real Academia Española (2018). *Corpus. En edición del tricentenario*. Recuperado de <https://dle.rae.es/?id=AwTBMcs>

Real Academia Española (2018). *Ciberespacio. En edición del tricentenario*. Recuperado de <https://dle.rae.es/?id=98Wdd57>

Shea, Virginia. (1994). *Netiquette*, Albion Books: San Francisco, CA (ISBN 0-9637025-1-3)

Turpo G. Osbaldo (2008). La netnografía: un método de investigación en Internet. *Educación* 42(2), 81-93. Recuperado de <https://ddd.uab.cat/pub/educar/0211819Xn42/0211819Xn42p81.pdf>

Tusón, A y Calzamiglia, H. (2001). *Las cosas del decir Manual de análisis del discurso*. Ariel: Barcelona.

Tusón, A. (1997). *Análisis de la conversación*. Ariel: Barcelona.

Yus, F. (2001). *Ciberpragmática. El uso del lenguaje en Internet*. Recuperado de https://www.researchgate.net/profile/Francisco_Yus/publication/242148914_Ciberpragmatica_El_uso_del_lenguaje_en_Internet/links/0c960523ab618e7d2d000000/Ciberpragmatica-El-uso-del-lenguaje-en-Internet.pdf YUS 2001

Contribución de los Autores

| Autor | Contribución |
|----------------------------------|--|
| María Angélica Henríquez Coronel | Concepción y diseño, redacción y revisión del artículo, conclusiones, adecuación a la plantilla ReHuSo, envío. |
| Yonarlli José Vielma Orellana | Concepción, discusión, construcción de matrices conclusiones y recolección e interpretación de información. |
| Zulena Cordero | Revisión y complementación de discusión, resumen en inglés, revisión general del artículo. |
| Yulexy Navarrete Pita | Introducción, resumen, revisión general. |
| Humberto Castillo Quintero | Metodología y análisis de datos, conclusiones revisión del artículo. |