

CONSTRUCCIÓN DEL CIBERLENGUAJE ESCRITO DE LA GENERACIÓN RED
EN EL PARADIGMA DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN
Y COMUNICACIÓN: LA COMUNICACIÓN DEL MILENIO (1)

Lizy Navarro Zamora
Universidad Autónoma de San Luis Potosí (México)
lizy@uaslp.mx

Resumen

El presente trabajo es el resultado de un análisis profundo y sistematizado de la configuración del lenguaje que los miembros de la Generación Red aplican en sus comunicaciones en este paradigma. A través de técnicas de investigación como el análisis de contenido, la encuesta y la entrevista en profundidad se logró conocer que la Comunicación escrita en el Paradigma de las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación se ha transformado en la Comunicación del Milenio.

Tuvo como resultados que en la Comunicación del Milenio, lo que se llama Ciberlenguaje escrito, se han incorporado códigos que han transformado la escritura del español. Las modificaciones son evidentes, se ha perdido la utilización de las vocales, la acentuación, los signos de puntuación con una transformación evidente del español en los espacios que permiten la escritura en este paradigma de las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación. Se hace un análisis de ello y nos permitió conocer, en un estudio descriptivo, donde se ubica la comunicación escrita de la Generación Red.

Palabras clave: Generación Red, ciberlenguaje, español, Comunicación del Milenio, comunicación escrita.

Proyecto de investigación financiado por el Fondo de Apoyo a la Investigación de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, México.

El paradigma es un modelo general de pensamiento. Una guía que marca las pautas de la vida, del comercio, de la conducta social, de los procesos culturales, de las formas de gobierno, de las metas y los mitos, de las adecuaciones mentales, del lenguaje, de la comunicación verbal y no verbal. Se presenta en la casa, en la escuela, en los centros de diversión, en los encuentros sentimentales, en las aberraciones mentales, en el cine, en el arte, en la música y, prácticamente, en toda la actividad humana. Está en todo y en todos.

La invención de la imprenta revolucionó la comunicación, la información pasó de ser elitista a ser accesible. Hoy en día, después de quinientos años, encontramos libros de segunda mano a 10 pesos. El automóvil reemplazó al carruaje, el fax al télex y al correo, son creaciones que se suceden unas a otras de forma lineal en el tiempo. Pero la rapidez con que el Paradigma de las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación protagoniza y es centro del desarrollo se debe a que nos encontramos ante tecnologías de integración. Estas constituyen la convergencia de varias de aquéllas y, lejos de producir un paso más en la evolución del sistema, modifican sustancialmente su conjunto.

El término de Nuevas Tecnologías hace sentir y pensar una realidad especial, distinta, fuera de lo común. Una superioridad frente a otras generaciones. El nuevo paradigma es bautizado como la tecnología de la información, el ciberespacio, la sociedad de la información, la edad de convergencia, la superautopista de la información, de las supercarreteras de la información, *highways of information* para los de habla inglesa, *inforoutes o informatique* para los de habla francesa, cuya característica fundamental es el *networking* (o transmisión en cadena) global. Estar unidos, en un mismo mundo. Un mundo virtual, aunque no sea el real.

Este modo particular de mirar a la sociedad que sale de la posmodernidad impulsada por los *bits* se basa en la ingeniería. El éxito de este paradigma se debe a la necesidad que tienen los seres humanos de comunicarse libremente con el mundo. De alcanzar esa respuesta por medio de la interactividad. De sentir que somos seres no limitados por el tiempo y el espacio. Aunque me encuentre en Europa puedo estar en Australia; aunque no sea médico puedo presenciar una operación.

Ignacio Ramonet designa simplemente como comunicación al nuevo paradigma: "El progreso es hoy un paradigma general que ha entrado en crisis. ¿Cuál es el paradigma que lo reemplaza? La comunicación. El progreso permitía la felicidad a nuestras sociedades, es decir, un plus de civilización. Hoy, a esta pregunta (¿cómo estar mejor cuando se está bien?) la respuesta es: la comunicación. ¡Comunicad, estaréis mejor! Cualquiera que sea la actividad sobre la que se piense hoy, la respuesta masiva que se nos da es: hay que comunicar. Si en una familia las cosas no marchan es porque los padres no hablan con sus hijos. Si en una clase las cosas no funcionan es porque los profesores no discuten bastante con los alumnos. Si en una fábrica, o en una oficina, el asunto no va, es porque no se discute bastante" (Ramonet Ignacio, 1998: 61). La comunicación es la palabra central en los discursos de los gobiernos y de los grandes medios de comunicación.

Algunos de los instrumentos de comunicación en las Nuevas Tecnologías son:

- a) Internet y comunicaciones electrónicas que vinculan a muchas personas simultáneamente.
- b) Computadoras.
- c) Teléfonos celulares.

La fusión de informática y comunicaciones ha roto los límites de costo, tiempo y distancia, iniciando una era de redes de información mundial. Los cambios fundamentales de la nueva sociedad de la información vienen determinados también por la velocidad a la que se producen.

El español Manuel Castells habla de cinco características del paradigma de la Tecnología de la Información y Comunicación (Castells Manuel, 1998: 88).

1. La información es su materia prima.
2. La capacidad de penetración de los efectos de las nuevas tecnologías. Todos los procesos de nuestra existencia individual y colectiva están directamente moldeados por el nuevo medio tecnológico.
3. La lógica de interconexión de todo sistema o conjunto de relaciones que utilizan las nuevas tecnologías de la información.
4. Se basa en la flexibilidad. No sólo los procesos son reversibles, sino que pueden modificarse las organizaciones y las instituciones e incluso alterarse de forma fundamental mediante la reordenación de sus componentes.
5. La convergencia creciente de tecnologías específicas en un sistema altamente integrado, dentro del cual las antiguas trayectorias tecnológicas separadas se vuelven prácticamente indistinguibles.

Se ha confeccionando un mapa mundial de este paradigma más rápidamente de lo que la mayoría de la gente y de los académicos es capaz de comprender sus consecuencias, y más veloz de la certidumbre de los efectos éticos y para el desarrollo. Hay grandes diferencias entre los que estamos dentro, somos protagonistas o tan solo usuarios; y los de afuera que solamente reciben las consecuencias de este paradigma. La distancia entre los que tienen y los que no tienen, entre los que saben y los que no saben, entre los que están dentro y los indigentes mediáticos, se está ampliando.

En este paradigma se habla de los protagonistas como los miembros de la Generación de la Red. ¿Quiénes integran esta generación? Está formada por los niños y jóvenes que en el año 2009 tienen una edad de entre los tres y los 30 años. No sólo por aquellos que participan directamente en Internet, sino de quienes lo harán en un futuro, esta característica se debe a que crecen dentro de la era digital. Muchos de ellos todavía no tienen acceso a la red, pero están inmersos en un contexto que hará factible su incorporación. Es necesario insistir que solamente están en este grupo aquellos que tengan acceso a los medios técnicos.

Su actividad laboral, personal, social tiene como punto de referencia la red. Se ven impulsados a innovar y tienen una idea de la inmediatez que exige resultados rápidos. El trabajo, el aprendizaje y el juego son para ellos la misma cosa. Son creativos en aspectos que sus padres no podían ni imaginar. A la Generación de la Red se le ha dicho que la preparación será fundamental para el lugar que ocupen en la sociedad, todo dependerá de sus conocimientos y habilidades.

En palabras de Manuel Castells: "Es el comienzo de una nueva existencia y, en efecto, de una nueva era, la de la información, marcada por la autonomía de la cultura frente a las bases materiales de nuestra existencia. Pero no es necesariamente un momento de regocijo porque, solos al fin en nuestro mundo humano, habremos de mirarnos en el espejo de la realidad histórica. Y quizás no nos guste lo que veamos" (Castells Manuel, 1998: 514).

El presente trabajo es el resultado de un análisis profundo y sistematizado de la configuración del lenguaje que los miembros de la Generación Red aplican en sus comunicaciones en este paradigma. El comportamiento, el lenguaje, la conducta general, cambian. Por ejemplo, un usuario de la red puede involucrarse durante horas en la ilusión de que su núcleo de amigos, sus preferencias, sus intereses, sus manías, sus amores y hasta sus odios viven encapsulados en esa especie de nueva bola de cristal a la que puede castigar mudándose de página o simplemente apagándola, cuando le responde algo inconveniente o que no le gusta. La adicción de unos crea, por lo demás, la soledad de los otros.

En pocas palabras, Internet implica un nuevo modo de socialización, un nuevo modo de usar el lenguaje y el pensamiento, es decir, la cultura. En este paradigma el mundo editorial está viviendo su tercera gran revolución. La primera se forjó con el paso de la cultura oral a la escrita. El nacimiento de la imprenta de Gutenberg, en el siglo XV, trajo la segunda. Y la tercera está irrumpiendo este siglo amparada por las nuevas tecnologías de la información.

¿Cuál es el lenguaje dominante en el ciberespacio? El inglés. El idioma inglés invade la red. Este idioma se usa en el 69% de los lugares en la *web* y en las interfaces comunes de usuarios, los gráficos y las instrucciones. Pero menos de uno de cada diez habitantes del mundo habla ese idioma. Además el alemán o el francés no llegan al 6% cada uno en la red y el español, pese a su creciente pujanza demográfica, está aún menos presente.

Las Tecnologías de la Información y Comunicación están construidas en idioma inglés, su construcción en la comunicación escrita ha mantenido una traducción. En estas Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación los miembros de la Generación red

han creado sus propios códigos más allá de las lenguas. Códigos que están construyendo lo que llaman: la Comunicación del Milenio.

Objetivos de la investigación

El desarrollo del Paradigma de las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación, y específicamente el impacto de Internet, nos obliga a realizar un análisis sobre las pautas que se han trabajado en dichos espacios. Hay que ser conscientes de Internet todavía no nos ha podido dar es la transmisión el olor, sabor y del sentido del tacto.

Pareciera que los contenidos en Internet son lo menos importantes frente a los grandes desafíos de la velocidad, de su rapidez, pero es el contenido la parte significativa para establecer la comunicación sin importar el rubro o tema del cual se trate.

El lenguaje que por ella fluye no sólo se caracteriza por su reverencia al inglés, sino por su elasticidad a la hora de adoptar formas y grafías absolutamente innovadoras y exclusivas de los cibernautas. Si a esto añadimos la abundancia de expresiones iconográficas, utilizando signos de puntuación o cualquier otro símbolo con que los diálogos entre los usuarios se ven salpicados, podemos creer que estamos asistiendo a la implantación de una especie de idioma universal, un experimento de creación de un nuevo esperanto, cuya capacidad expresiva no es mucha, entre otras cosas porque resulta absolutamente inútil para describir los matices (Cebrián, 1998: 160).

Es el comunicólogo el que por su perfil profesional y (en teoría) por su formación y competencias es el responsable de construir los mensajes enviados a través de estos espacios. En el desarrollo de proyectos e iniciativas *web* es frecuente centrarse en obtener una arquitectura de información de calidad, un buen diseño gráfico y en garantizar el manejo del sitio, mientras que los textos y contenidos se dejan en las últimas prioridades. Como maestra de las materias de Periodismo y Redacción desde el año 2000, he observado la transformación de la lengua española en los diferentes espacios de estas tecnologías. Ante dicha preocupación la Universidad Autónoma de San Luis Potosí ha apoyado los esfuerzos de investigación.

Los objetivos de la investigación fueron los siguientes:

1. Conocer la incorporación de elementos de comunicación escrita que los estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí han incorporado como elementos comunicativos en el idioma español.

2. Conocer la presencia de nuestra lengua en la red y la configuración de vocablos y códigos. La conformación de la nueva red cultural a través de los códigos empleados en el lenguaje escrito.

Objeto de estudio (corpus)

Los espacios de comunicación analizados de los estudiantes fueron:

- Blogs, wikis, espacios de páginas personales.
- Messenger.
- Correo electrónico.
- Chat.
- Celulares

Técnicas de investigación

Dentro de las técnicas de investigación se aplicaron las siguientes:

- Análisis de contenido a los mensajes enviados por ellos a través de las comunicaciones ejercidas en los diferentes espacios surgidos en la convergencia digital.
- Análisis de contenido de los mensajes escritos en sus trabajos académicos y a través de los nuevos medios.
- Se aplicó una encuesta a los estudiantes cuya edad oscila entre los 18 y los 22 años y que pertenecen a la Generación Red.
- Se realizaron entrevistas de profundidad con estudiantes para conocer la configuración de los elementos comunicativos escritos.

Delimitación espacio temporal

El estudio se desarrolló con estudiantes con el siguiente perfil:

- a) Son estudiantes de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Se determinó que fueran de esta licenciatura debido a que por el área son los profesionistas que en esta Universidad deben tener un mejor conocimiento del idioma

español.

- b) Los jóvenes son los principales creadores y conocedores del nuevo lenguaje (ciberlenguaje)
- c) Su estatus socioeconómico en más de un 60% es de clase media y el otro 40% entre clase baja y clase alta.
- d) Su edad oscila entre los 18 y los 22 años en promedio.
- e) La consulta de las Nuevas Tecnologías de la Información se hace en más del 75% en el espacio de acceso del Centro de Cómputo y en los cibercafés.

Brecha generacional

Uno de los aspectos que motivó presentar el proyecto al Fondo de Apoyo a la Investigación fue la barrera generacional que se presenta entre profesores y estudiantes por el uso del ciberlenguaje.

Los alumnos han transportado el ciberlenguaje a la vida académica. La incorporación de otro lenguaje generacional en donde los estudiantes pertenecen al paradigma de las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación, mientras que los docentes, en su mayoría, a la generación de la televisión.

Es muy importante precisar que la Configuración del Paradigma de las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación ha tenido, hasta el momento, repercusiones en la comunicación escrita y no tanto en la verbal.

El perfil generalizado de los usuarios de las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación es el siguiente:

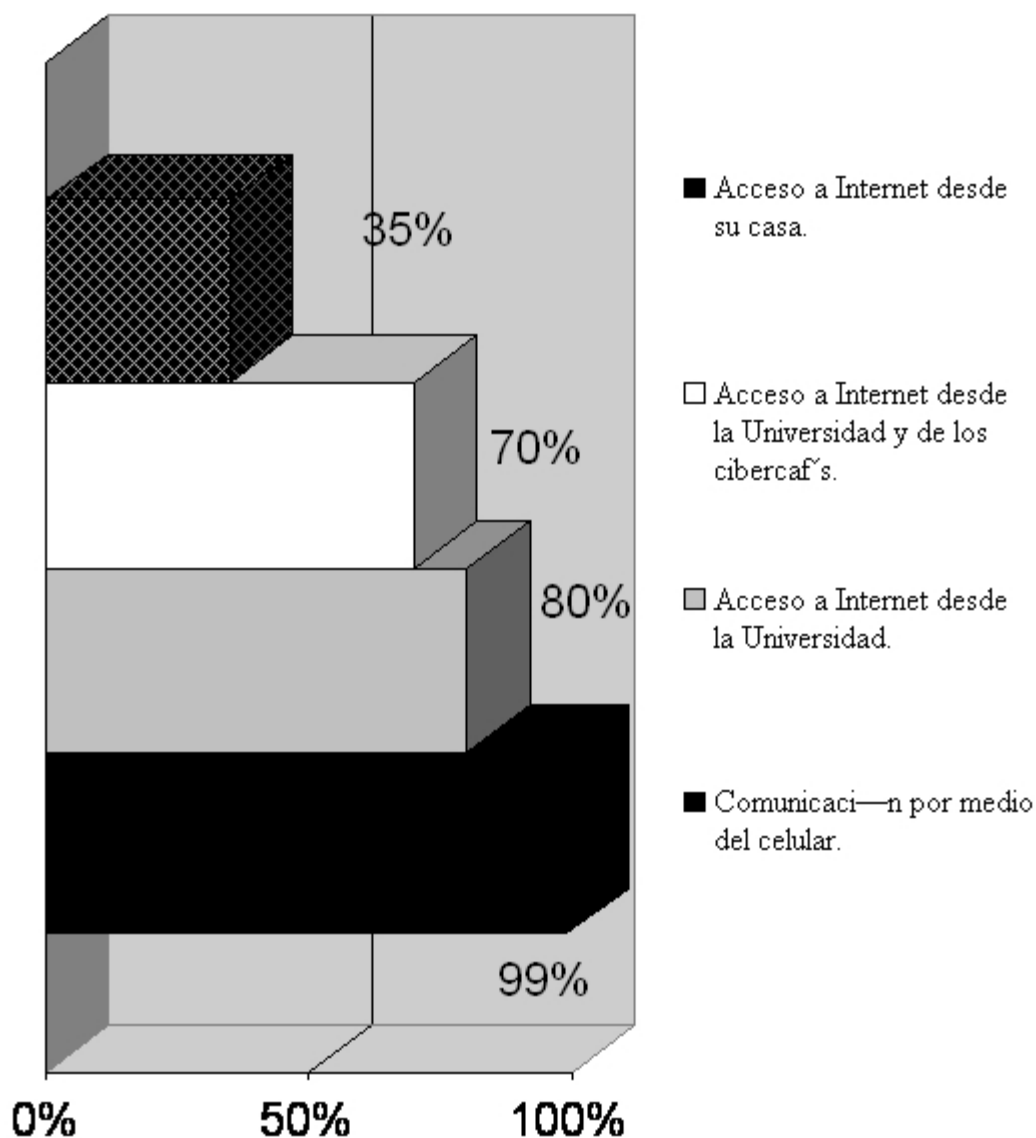
- Es más especializado.
- Busca sólo los elementos que le interesan.
- Son hombres.
- Pertenecen a la Generación Red.
- Son más exigentes y demandantes en los elementos comunicativos.

Resultados

Esta generación Red es una generación de los teclados que trasladan la construcción de su nuevo lenguaje a la vida cotidiana, prima el entretenimiento, la conversación y la participación. Los aspectos más significativos son los siguientes:

- a) Las expresiones de las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación se han trasladado a la vida cotidiana.
- b) La transformación de la construcción de los nuevos elementos se da en el lenguaje escrito y no en el verbal. En el mensaje escrito la transformación ha sido en un 99% y en la comunicación oral en el 1%.
- c) Han construido el lenguaje escrito lo incorporando códigos. La mayoría de los idiomas han adoptado dichos códigos en el lenguaje de los ciudadanos de la Generación Red.

GRÁFICO 1: INCORPORACIÓN DE LOS MIEMBROS DE LA GENERACIÓN RED A LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN



Elaboración propia. La construcción de esta gráfica se hizo a partir de los resultados de la encuesta.

Es muy significativo que el 99% de los estudiantes que entraron a la investigación cuentan con celular. El 1% que quedó fuera se debe a que lo ha perdido o se le descompuso. El 80% refleja la población que tiene acceso a Internet desde la Universidad, el 70% los que combinan el acceso de Internet desde la Universidad y desde los cibercafés. Sólo un reducido número de miembros de la Generación Red, un 35% tiene acceso desde su casa. Una conexión en promedio tiene un costo de 450 pesos, es decir, 35 dólares.

Características del ciberlenguaje escrito

- Los códigos están desprovistos de eñes, acentos y otros signos diacríticos. Los estudiantes argumentan que lo hacen para salir de la convención institucional que significa el idioma.
- Abreviaturas. Con ello se consiguen dos objetivos, se ahorra tiempo y dinero en el costo de los mensajes. No corresponden a las abreviaturas del idioma español, sino a las propias abreviaturas de la Generación Red.
- Sobran las vocales y se les elimina. Cada uno de los términos que integran el idioma español tiene su fundamento en las vocales.
- Desaparece la u en las sílabas que y que.

- Gana la K y la doble w. Aquí tenemos un traslado de la tendencia hacia el idioma inglés. Las Nuevas tecnologías de la Información y Comunicación se han conceptualizado, creado, fabricado y distribuido por el idioma inglés.
- La ñ no es parte de su estética ni de su ética. Los teclados son fabricados con base en el abecedario inglés y no en el español, como pasa en todas las innovaciones tecnológicas.
- Límite de caracteres en los celulares, por lo tanto se requieren palabras más cortas para que tengan un menor costo. En México las empresas telefónicas marcan tarifas según el tamaño de los mensajes. Los estudiantes argumentaron que la incorporación de los códigos se hizo en sus inicios por el ahorro económico, después porque cobra mayor significado.
- Se evitan los artículos, las preposiciones, los adjetivos y los adverbios.
- Velocidad sin ortografía. Se pierde completamente la ortografía del idioma español. Ésta es además una consecuencia significativa en el desarrollo académico del estudiante. En un párrafo de 5 líneas de sus trabajos académicos llegan a tener hasta un promedio de 12 errores ortográficos.
- Los signos de admiración y de interrogación sólo se cierran igual que en el idioma inglés y no se abren.
- La y se transforma en la i. En la encuesta y en las entrevistas los estudiantes respondieron que la transformación de la y por la i se debe a una cuestión de estética y de ir en consonancia con el lenguaje de sus grupos del ciberespacio o de sus grupos en la comunicación con mediación del celular.
- Se incorporan signos y símbolos intercalados entre las palabras.
- Para los miembros de la Generación Red la incorporación de estos elementos es por enviar el mensaje de suavidad.
- La comunicación escrita en estos espacios está integrada por elementos fundamentales como abreviaturas, símbolos, emoticones; sin embargo hay elementos que todavía la Tecnologías de la Información no nos han podido dar: los sabores, los olores y el relieve.

Creadores del ciberlenguaje escrito de la generación red

Los jóvenes son los creadores y conocedores del nuevo lenguaje. Las cibercomunidades que no tienen límites en los espacios geográficos han construido códigos similares en los diferentes idiomas. Aparentemente esto se podría transformar en una torre de Babel. Una de las respuestas significativas de los estudiantes es que la incorporación de los códigos tiene como objetivo romper con lo establecido. La comunicación del usuario de la cultura digital emplea los nuevos códigos para hacerse visible.

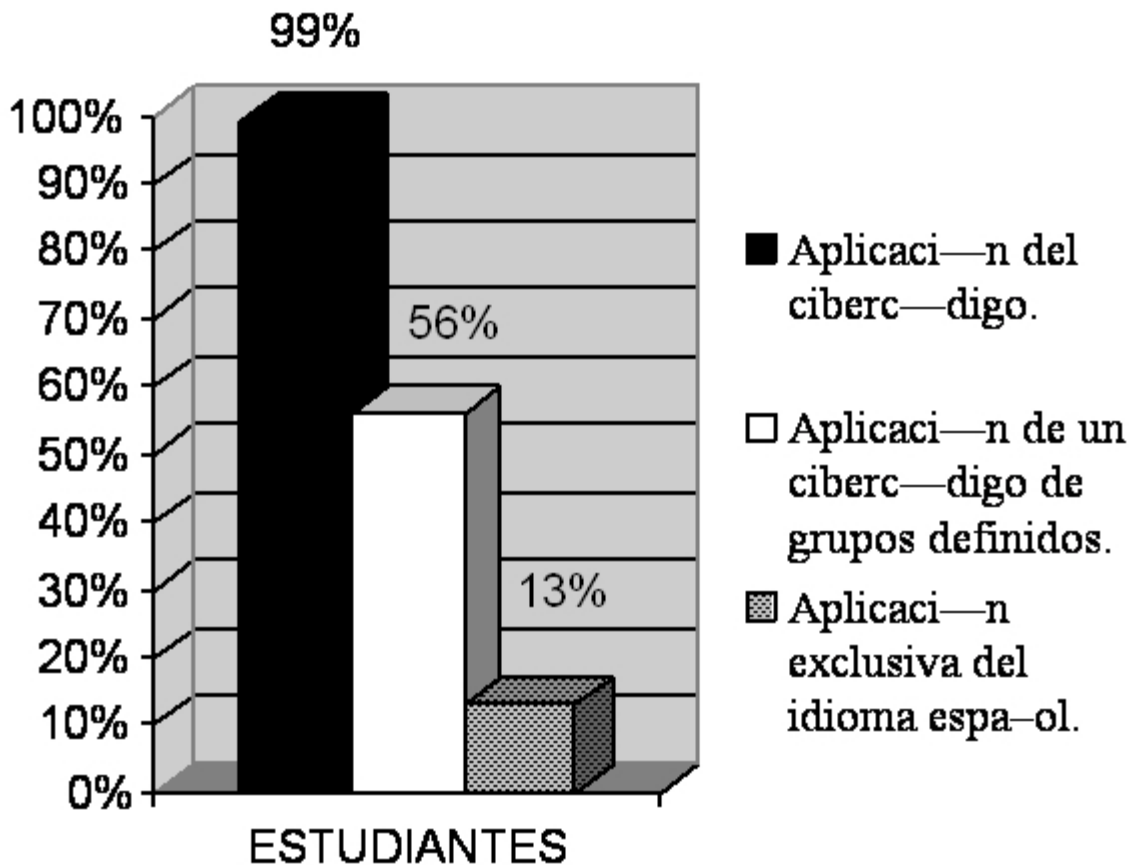
Otra de las respuestas significativas es que el 100% de los estudiantes fue incorporando los códigos a los mensajes que envió o recibió a través de los diferentes espacios como son el Messenger, celular, correo electrónico, blogs, etc. Ninguno lo adquirió en un manual de Internet, en una publicación o a través de una página.

La Asociación de Usuarios de Internet en España creó un diccionario llamado DICCIONARIOSMS.COM con el objetivo de reflejar una realidad propia con el nuevo lenguaje XAT. Este diccionario consta de una ortografía propia, permite la ausencia de la h en tiempos compuestos, la supresión de comas, acentos y vocales, cuando son precisamente las vocales las que le dan sentido a nuestro idioma y las primeras que dentro de la educación formal se enseñan. Esta particular forma de transmisión de información se conoce como la Comunicación del Milenio.

El Diccionario ha tenido el financiamiento de empresas Telefónicas. La comunidad de hablantes del idioma español abarca una población muy diversa, aun cuando pertenezcan a la generación red. Por ello, la admisión de un término SMS, para su publicación, se produce cuando al menos tres jóvenes lo aceptan como válido. Si un término ya está registrado, se presentan los significados, esto con el objetivo de incorporar otras connotaciones del mismo código.

GRÁFICOS 2. UTILIZACIÓN DE LOS CÓDIGOS DEL CIBERLENGUAJE.

Esta gráfica se desarrolló a partir del análisis de contenido de las comunicaciones realizadas por los estudiantes en los recursos de las nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación.



Elaboración propia, resultado del análisis de contenido.

La aplicación del cibercódigo hace referencia a que en las diferentes comunicaciones mediadas por este paradigma de las Nuevas Tecnologías de la Información y comunicación, los miembros de la Generación Red incorporan códigos distintos al idioma español. Como resultados tenemos los siguientes: el 56% aplica códigos generales, pero hay una regionalización de los mensajes escritos. Aun cuando el paradigma nos permite la globalización y efectos mundiales, hay un ciberlenguaje muy específico por grupos, por cibercomunidades, generalmente limitado por un espacio geográfico. Lo más significativo en la tercera columna es que un porcentaje muy reducido, sólo el 13%, utiliza el idioma español con todos sus elementos.


TABLA 1: PRINCIPALES CÓDIGOS QUE INTEGRAN EL CIBERLENGUAJE DE LOS ESTUDIANTES QUE PERTENECEN A LA GENERACIÓN RED Y QUE INTEGRARON EL CORPUS DE LA INVESTIGACIÓN.

CÓDIGO	SIGNIFICADO	CÓDIGO	SIGNIFICADO	CÓDIGO	SIGNIFICADO
A.	Apunto	CDT	Cambiando de tema	Klc	Clase
Abcs	A veces	Cdt	Cuídate	Kmbio	Cambio
Ablam	Háblame	Cel	Celular	Knciones	Canciones
Abr	A ver	Chekt	Chécate	Kntm	Cuéntame
Abraxo	Abrazo	Cmna:	Semana	K-pz?	¿Qué pasa?
Acerkt	Acércate	Cmo	Como	Kra	Cara
Ade+	Además	Cn	Con	Krne	Carne
Adlant	Adelante	Crbza	Cerveza	Ksa	Casa
	Te amo (I love				

Ailoviu	you)	Crk	Cerca	Ksi	Casi
Akbo	Acabo	D	De	Ktpsa	¿Qué te pasa?
Aqi	Aquí	D2	Dedos	Kyat	Cállate
Amiwiz	Amigo(a)	Dcir	Decir	L	Él
Amiwo	Amigo	Dnd	Donde	Link	Enlace
Ants	Antes	Dom	Domingo	Ls	Las, los
Aparc	Aparece	Dsd	Desde	Luns	Lunes
Aunk	Aunque	Dsk	Disco, Discoteca	M	Me
Avcs	A veces	Ej	Ejemplo	Ma	Mamá
B	Ve	Esta2	Estados	Marq	Marqué
B4e	Mejores amigos por siempre	Gfs	Jefes (padres)	Maso	Más o menos
Bbr	Beber	Gnt	Gente	Mircols	Miércoles
Bbs	Bebés	Grax	Gracias	Mjor	Mejor
Bcinos	Vecinos	ldk	No lo sé (I don't know)	Mnsa	Mensa
Billts	Billetes	Info	Información	Mnso	Menso
Bn	Bien	lo	Yo	Mñn	Mañana
Bno	Bueno	lwal	Igual	Moxa	Hermosa
Borraxo	Borracho	Jdrs	Joderse	Mpzar	Empezar
Bso:	Beso	Juebebes	Jueves de tomar	Msj	Mensaje
Btw	Por cierto (By the way)	Junts	Juntos	Msn	Messenger
Bye	Adiós	K	Que	Mtt	Métete
C	Sé	K	Beso, capital, kilo, que	Muxo	Mucho
Cbr	Caber	K p2?	¿Qué pasa?	Nick	Sobrenombre

Elaboración propia, basado en el análisis de contenido de la comunicación escrita mediada por las Tecnologías de la Información y Comunicación.

CÓDIGO	SIGNIFICADO	CÓDIGO	SIGNIFICADO
Ntp	No te preocupes	To2	Todos
Oca:	O sea	Tq	Te quiero
Omg	(Oh my God)	Ups	Equivocación
P'	Para	Urgnt	Urgente
Pa	Papá	Vac	Vacaciones
Pd	Posdata	Vdd	Verdad
Pdo	Pedo (borracho, problema, gas)	Vdojugo	Videojuego
Pdt	Púdrete	Wola	Hola
Pex	Problema	Wtf	¿Qué carajo? (What the fuck?)
Pls	Por favor (please)	Wy	¿Por qué? (Why)
Pndja	Pendeja	X	Por, sin importancia (equis)
Pq	¿Por qué?	X ejmpl	Por ejemplo
Prdn	Perdón	X fa	Por favor

Ps	Pues	Xplicas	Explicas
Q	Que	Xtraño	Extraño
Qndo	Cuando	Zzzz	Dormida(o)
Rcargm	Recargarme	:(Carita triste
Rp2	Rápidos	=O	Cara sorprendida
Salu2	Saludos	:D	Cara muy feliz
Sbs?	¿Sabes?	:P	Sacando la lengua
Ske	Es que	<3	Corazón
Spero	Espero	</3	Corazón roto
Spñol	Español	XD	Cara con ataque de risa
Spro	Espero	:*)	Borracho
Sts	Estás, estás	.U	Bostezo
T	Te	(OO)	¡Buenos días!
TA	Te amo	:-X	Censurado
Tas ok?	¿Estás bien?		Sonriente
Tc	Te cuidas		
Tel	Teléfono		
Tkm	Te quiero mucho		
Tmb	También		
Tnrt	Tenerte		

Elaboración propia, basado en el análisis de contenido de la comunicación escrita mediada por las Tecnologías de la Información y Comunicación.

EMISORES. GENERACIÓN RED. CHATER

Es el nombre usado para indicar a la persona adicta a algunas de las expresiones del mundo del Internet, tales como el uso excesivo e inapropiado del lenguaje chat; e igualmente usado para describir un síndrome de adicción emergente de la era digital, proveniente del uso de la mensajería instantánea y otros medios de Internet. Las características del Chater son las siguientes:

- Usuario que ocupa una gran parte de su tiempo en utilizar los programas de mensajería instantánea para poder charlar con otros cibernautas.
- Persona que, producto de su afición al chat, SMS y similares, se caracteriza por escribir exageradamente en un lenguaje corto, simplificando palabras al igual que en el "lenguaje SMS", o que intencionadamente no respeta las reglas de ortografía y gramaticales.
- El chater escribe en foros, chats, mensajería de celular y otros medios de Internet, en los cuales su escritura muchas veces no es comprensible por muchos de los usuarios que leen sus mensajes. No debe confundirse al chater con el typo (de *type*), término que se refiere a la persona que escribe mal al teclear equivocadamente, o por tener el teclado dañado.
- Quienes pertenecen a la Generación red pero no utilizan este tipo de Códigos quedan segregados. Lo extraño para ellos es escribir un español correcto.
- Su objetivo es ser diferente, original. "Es más de onda" (2).

Hábitos de consumo de la generación red

Los usuarios no leen en Internet, ojean velozmente (escanean) en busca de la información que les interesa. Las páginas web deben ser ojeables (escaneables) para facilitar esta lectura. Se trata de reducir la carga cognitiva para que se produzca un procesamiento de la información eficiente y rápido, exactamente lo contrario que pretenden la mayoría de los libros.

Estilo correcto y recomendable para redactar en internet

Sin embargo, a pesar de que existe la construcción de un ciberlenguaje, ya existe teoría que hemos desarrollado los investigadores de los mensajes sobre cómo ejercer la comunicación en las tecnologías que surgieron a partir del impacto del paradigma. El comunicólogo debe de estar consciente que hay una forma y un estilo para redactar en Internet. Esto se debe a las modificaciones que ha sufrido nuestra comunicación escrita a través de estos medios.

- Escritura hipertextual: Un hipertexto es un conjunto de nodos de información vinculados entre sí. La planificación hipertextual se realiza básicamente de dos maneras: en primer lugar, estratificando los nodos de información y; en segundo, organizando los flujos o itinerarios entre nodos por los que habrá de moverse el futuro lector.

- Enlaces en la Comunicación Escrita: No saturar el texto de enlaces. La sobreabundancia de enlaces en lugar de ofrecerle mayores posibilidades de documentación y navegación, entorpece su consulta. El usuario se ve atraído constantemente por enlaces que esconden un mensaje implícito: púlsame.

- Situar los enlaces preferentemente al final de las oraciones o párrafos. Con ello no perderemos al usuario y le daremos elementos de consulta.
- Distinguir claramente los enlaces del texto que sean legibles para el usuario.
- Usar cada enlace sólo una vez por nodo. No perder al usuario en un mar de posibilidades.
- Evitar el efecto sorpresa. El lector debe saber hacia donde va y entonces decidir si toma el camino.

- Redactar por Niveles (Capas) de Consulta: Uno de los objetivos de la redacción por niveles es otorgarle al usuario la posibilidad de profundizar según sus propios intereses, necesidades y tiempos de consulta.

El principio de multiplicidad y de encaje de escalas está representado en la escritura digital por la conexión en red de las informaciones, de forma que de cualquier asunto, el lector sea capaz de alcanzar otro punto. El acceso a los textos, imágenes fijas o en movimiento, y sonidos no es secuencial, como tampoco lo es el pensamiento humano.

Es en su contexto sociocultural donde cada persona, en razón de determinadas cuestiones (gustos, intereses, tiempo, etc.), decide cuál es el camino único. Se pasa de la forma discursiva secuencial a la información numérico-textual, gráfica y sonora, que corresponde más fielmente al sistema de pensamiento humano.

El principio de multiplicidad y de encaje de escalas está representado por la conexión en red de las informaciones, videos, audios, infografías, de forma que de cualquier asunto, el usuario sea capaz de alcanzar otro punto. El acceso a los textos, imágenes fijas o en movimiento, y sonidos no es secuencial, como tampoco lo es el pensamiento humano.

Es en su contexto sociocultural donde cada persona, en razón de determinadas cuestiones (gustos, intereses, tiempo, etc.), decide cuál es el camino único. Se pasó de la forma discursiva secuencial a la información numérico-textual, gráfica y sonora, que corresponde más fielmente al sistema de pensamiento humano.

Teóricos de estos temas presentan recomendaciones que no corresponden a los escritos de la Generación Red, pero sí a los comunicólogos que son los expertos en la creación de contenidos para la red. Jesús Flores Vivar y Alberto Miguel Arruti señalan que las reglas para componer mensajes deben contener los siguientes parámetros.

- Cuando se envían mensajes, hay que seguir cierto orden, de esa manera evitamos que nuestros destinatarios se puedan sentir incómodos por el estilo del mensaje.
- Hay que escribir siempre con un lenguaje de máxima corrección y no dejarse llevar por una manera fácil o espontánea.
- Cuando se escribe un correo, hay que poner el tema del mensaje que se quiere transmitir. Se debe intentar que el tema refleje lo que contiene el cuerpo del mensaje.
- Hay que ser preciso y conciso en los mensajes.
- No hay que utilizar mayúsculas, a no ser que quiera resaltar algo. La utilización de mayúsculas en un mensaje puede ser recibido como que se está gritando al destinatario.
- En los mensajes de correo se deben especificar los puntos que se desean tratar, por lo que se requiere su enumeración.
- Hay que cuidar mucho la lingüística, corrigiendo cualquier defecto de la palabra que podamos detectar, ya que si no corremos el riesgo de empobrecer el contenido del mensaje.

- Los mensajes de correo deben firmarse siempre. Esto, aparte de una cortesía hacia la audiencia, indica que el mensaje ha terminado.

Único idioma

El lenguaje en Internet es la lengua digital de los chips, para lo cual no existe diferencia entre texto e imagen, entre habla y escritura, entre un idioma y otro, cuando se traduce en lengua es cuando recobra significado en el ámbito cultural y económico. En la ciencia y la tecnología la lengua dominante en Internet es sin duda la inglesa. En el ámbito cultural y en las humanidades van creciendo poco a poco los contenidos en español. A medida que un contenido es más especializado, se presenta una menor probabilidad de encontrarlo en español.

El español es la cuarta lengua más hablada en el mundo después del inglés, el chino, y el japonés. “A la hora de incorporar los neologismos del ámbito de la informática e Internet, la lengua española se ha mostrado ciertamente dubitativa, conviviendo a menudo con diferentes alternativas de uso y generando una cierta complejidad en los lingüistas” (Francisco Yus, 2003: 315)

En el paradigma de las Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación, el español ha presentado tres posibilidades:

- a) La adaptación de los términos a la idiosincrasia idiomática del español. Ejemplo: to Chat en lugar de chatear.
- b) La copia de las voces inglesas. Ejemplo: on line / En línea.
- c) Copia de términos que no tienen traducción, ejemplo: software. Se usa casi exclusivamente tanto en las consultas a los bancos de datos, como en las discusiones internacionales de grupo o en las órdenes frecuentes que se dan a la máquina. No podía ser de otra manera, el Gobierno norteamericano fue quien puso las bases de Internet.

En adelante el ciudadano que quiera ser parte de Internet, aprovechar sus posibilidades y no ser un indigente mediático estará ordenado a ser políglota, a trabajar o estudiar en un idioma y a relacionarse, amar, sentir o soñar en otro. Las comunidades bilingües son cada día más numerosas, esto no es precisamente una amenaza, lo que sí es dañino es que sea un solo idioma, el inglés, el que llene las informaciones del ciberespacio.

Obviamente que esto constituye un obstáculo para que millones de personas que desean viajar por Internet no lo hagan o no aprovechen las posibilidades que ofrece. Además, una lengua no es únicamente una forma de hablar sino, y muy especialmente, una forma de pensar. La manera de expresarse condiciona el funcionamiento del cerebro y la elaboración de criterios y valores de todo género

La principal recomendación de los teóricos de la lengua es: cuando no exista un término para designar a una innovación tecnológica, es aceptable utilizar el vocablo que derive de otro idioma. Sin embargo, los avances de la tecnología, ese crecimiento a gran escala desorganiza los rasgos culturales de la sociedad y es más fácil adoptar términos de la lengua extranjera que comprendan todas las connotaciones a preocuparse por buscar la palabra correspondiente en nuestro idioma.

Conclusiones

- Este estudio descriptivo es un avance para conocer la realidad de la comunicación escrita que en la actualidad emplean los estudiantes y los jóvenes de la Generación Red.
- Concienciación del internauta de que se comunica principalmente mediante su uso escrito del idioma y ello debe obligar a los estudiantes al orden en la exposición de las ideas.
- El problema radica en que quienes se comunican a través de este medio trasladan sus elementos comunicativos a otros espacios como el profesional y el académico con errores ortográficos, ausencia de puntuación, vocabulario muy limitado y contribuyendo a la desintegración cultural del idioma español.
- Como consecuencia, hay un empobrecimiento del lenguaje. El problema es que los estudiantes no saben distinguir si lo correcto es el lenguaje alterado, que utilizan en los chats los mensajes, o el que han aprendido en la escuela.
- La comunidad hispanohablante tiene en general una gran capacidad socializadora y hay un elemento potencialmente fuerte para promover el buen uso del español.
- Es urgente establecer estrategias en defensa del idioma español considerando que no existe retroceso en el impacto de las nuevas tecnologías, pero sí una posibilidad a seguir.
- Debido a los problemas de lectura, internautas han comenzado a hacer campañas en contra del lenguaje y escritura usado por los chatters, tales como:
 - Firmas que reprochan este tipo de lenguaje.
 - Foros y similares: en el que su reglamento prohíbe este tipo de escritura.
 - Weblog: en el que se hacen referencias y campañas.

Notas

- (1) Proyecto de investigación financiado por el Fondo de Apoyo a la Investigación de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, México.
- (2) Palabra utilizada comúnmente por los jóvenes en México.

Bibliografía

- ÁVILA, Raúl (2006): *De la imprenta a la Internet. La lengua española y los medios de comunicación masiva*. México, El Colegio de México.
- CASTELLS, Manuel (1998): *La era de la información, La Sociedad Red*. Madrid, Alianza Editorial.
- FLORES, Jesús y ALBERTO, Miguel (2001): *Ciberperiodismo*. México, Ed. Limusa.
- MILLÁN, José Antonio (2006): "El patrimonio textual hispánico, entre el reto global y el polvo virtual", en Otero J. y Perdiguero, H.: *El porvenir del español en la sociedad del conocimiento*, Caja de Burgos, 2006.
- NAVARRO, Lizy (2005): *Comunicación Mexicana en Internet*. México, Fundación Manuel Buendía.
- RAMONET, Ignacio (1998): *La tiranía de la comunicación*. Madrid, Ed. Debate.
- RAMONET, Ignacio (1998) (Compilador): *Los nuevos caminos de la comunicación*. Madrid, 1998.

LIZY NAVARRO ZAMORA

Doctora en periodismo por la Universidad Complutense de Madrid, con el doctorado *El mensaje periodístico: códigos, formas, contenidos y prácticas discursivas* y licenciada en periodismo por la Escuela de Periodismo Carlos Septién García.

Profesora e investigadora de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, México.

Reconocimiento del perfil PROMEP.

Miembro del Sistema Nacional de Investigadores de Conacyt.

Imparte cursos de periodismo a profesionales y egresados de las carreras de comunicación.

Participación en congresos nacionales e internacionales.

Ha trabajado como periodista (*El Sol de San Luis* y *El Universal*) y en áreas de comunicación social.

Publicaciones científicas en revistas nacionales e internacionales.

Recientemente publicó el libro *Comunicación Mexicana en Internet* (coedición con la Fundación Manuel Buendía, 2006) y anteriormente había publicado el texto *Los periódicos on line*, cuyo contenido es la transformación del periódico en el Paradigma de las Nuevas Tecnologías de la Información.

Participación con capítulos de libros como en *Ciberperiodismo Iberoamericano* (Editorial Patria) y *Mensaje periodístico y Sociedad del Conocimiento* (Ed. Fragua).