

TESIS

TESIS

TESIS

TESIS

TESIS



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DE AGUASCALIENTES

**CENTRO DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES
DOCTORADO EN CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES**

TESIS

LA APROPIACIÓN DEL CIBERLENGUAJE EN
JÓVENES Y ADULTOS

PRESENTA

Lizeth Rodríguez González

**PARA OBTENER EL GRADO DE
DOCTORA EN CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES**

TUTORA

Dra. María Rebeca Padilla de la Torre

COMITÉ TUTORIAL

Dr. Salvador de León Vázquez

Dr. Juan López Chávez

Dra. Blanca Elena Sanz Martín

Dr. Octavio Martín Maza Díaz Cortes

Aguascalientes, Ags., junio de 2015.

TESIS

TESIS

TESIS

TESIS

TESIS



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DE AGUASCALIENTES

DR. DANIEL EUDAVE MUÑOZ
DECANO DEL CENTRO DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES
P R E S E N T E

Estimado Señor Decano:

Hacemos de su conocimiento que el estudiante **LIZETH RODRÍGUEZ GONZÁLEZ** con ID **147788** del Doctorado en Ciencias Sociales y Humanidades, realizó la tesis titulada: "**LA APROPIACIÓN DEL CIBERLENGUAJE EN JÓVENES Y ADULTOS**", y con fundamento en el Artículo 175, Apartado II del Reglamento General de Docencia, nos permitimos emitir el **VOTO APROBATORIO**. La tesis incorpora los elementos teóricos y metodológicos que le permiten ser defendida en el examen de grado reglamentario, por ello se solicita que se proceda a los trámites correspondientes para la presentación de dicho examen.

Ponemos lo anterior a su digna consideración y sin otro particular por el momento, nos permitimos enviarle un cordial saludo.

ATENTAMENTE

"SE LUMEN PROFERRE"

Aguascalientes, Ags., 18 de junio de 2015.

Por el Comité Tutoral

Dra. María Rebeca Padilla de la Torre

Dr. Salvador de León Vázquez

Dr. Juan López Chávez

c.c.p. Archivo.



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DE AGUASCALIENTES

**ASUNTO: AUTORIZACIÓN DE TESIS
DEC. CCS y H./Posgrados OF. N° 1406**

**MTRA. LIZETH RODRÍGUEZ GONZÁLEZ,
ALUMNA DEL DOCTORADO EN CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES,
PRESENTE.**

Con base en lo que establece el Reglamento de Docencia en el artículo 173, le informo que se autoriza el Tema de Tesis: **“LA APROPIACIÓN DEL CIBERLENGUAJE EN JÓVENES Y ADULTOS”**. Así mismo se le designa como asesor al **DRA. MARÍA REBECA PADILLA DE LA TORRE**. A fin de asignarle fecha para la verificación del Examen de Grado para la obtención del título del Doctorado en Ciencias Sociales y Humanidades, deberá cumplir con lo establecido en los artículos 161, 162, 174 y 175.

Con el objeto de dar cumplimiento a este reglamento el paso siguiente será autorizar la impresión de su tesis, toda vez que presente la carta de liberación y/o acuerdo señalado en la Fracc. II del artículo 175.

Sin más por el momento, aprovecho la oportunidad para enviarle un cordial saludo.

ATENTAMENTE
Aguascalientes, Ags., 18 de Junio de 2015
“SE LUMEN PROFERRE”

**DR. DANIEL EUDAVE MUÑOZ
DECANO**

c.c.p.- DR. GENARO ZALPA RAMÍREZ.- Secretario Técnico del Doctorado en Ciencias Sociales y Humanidades
c.c.p.- DR. LUCIANO RAMÍREZ HURTADO.- Secretario de Investigación y Posgrado del CCSyH
c.c.p.- Archivo

ggf



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DE AGUASCALIENTES

ASUNTO: CONCLUSIÓN DE TESIS
DEC. CCS y H. OF. N° 1407/2015

DRA. GUADALUPE RUIZ CUELLAR,
DIRECTOR GENERAL DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADOS,
P R E S E N T E

Por medio del presente me permito comunicarle a usted que el documento final de la tesis titulado **"LA APROPIACIÓN DEL CIBERLENGUAJE EN JÓVENES Y ADULTOS"** de la **MTRA. LIZETH RODRÍGUEZ GONZÁLEZ** egresada del **DOCTORADO EN CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES**, respeta las normas y lineamientos establecidos institucionalmente para su elaboración y su autor cuenta con el voto aprobatorio de su tutor y comité tutorial.

Sin más por el momento aprovecho la ocasión para enviarle un cordial saludo..

ATENTAMENTE
Aguascalientes, Ags., 18 de Junio de 2015
"SE LUMEN PROFERRE"

DR. DANIEL EUDAVE MUÑOZ
DECANO DEL CENTRO DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

c.c.p.- DR. LUCIANO RAMÍREZ HURTADO.- Secretario de Investigación y Posgrado del CCSyH.- Atte.
c.c.p.- MTRA. LIZETH RODRÍGUEZ GONZÁLEZ.- Egresada del Doctorado en Ciencias Sociales y Humanidades.- Atte.
c.c.p.- DR. GENARO ZALPA RAMÍREZ.- Secretario Técnico del Doctorado en Ciencias Sociales y Humanidades.- Atte.
c.c.p.- Archivo Decanato

ggl ↗

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS



Sobran las palabras en este territorio
No alcanzan
No dan la medida exacta
Necesaria
Contundente.

† *Vanesa Martínez Carvajal*

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

Dedicatorias

Esta tesis doctoral la dedico a mi familia, principalmente a mis padres que son quienes me impulsan a lograr mis sueños. A mi mamá, por su apoyo incondicional siempre que lo necesito. A mí papá, por estimularme para realizar este proyecto, nunca olvidaré las palabras que me dijo el día que presente mi examen de licenciatura, con esta tesis cumpla el compromiso adquirido en ese momento.

A mis hermanos por el apoyo moral y el amor recibido, gracias por regalarme las nueve estrellas que iluminan mi vida, ellos fueron quienes hasta en los peores momentos me robaron una sonrisa.

A mi hermana Josefina que se ha convertido en mi alma gemela, siempre hemos compartido nuestras alegrías, tristezas y emociones, recuerda que eres uno de los pilares fundamentales en mi vida. Hace cinco años, mencionaste que sería fantástico si las dos nos pudiéramos ir juntas a estudiar el doctorado, hoy concluimos ese sueño que sólo con imaginarlo sucedió. ¡Gracias Gordichis por tu eterna complicidad!, por tu apoyo incondicional, por tus consejos y por tener las palabras de aliento que necesitaba escuchar cuando casi me veías caer, sin ti este sueño no hubiera sido posible.

Agradecimientos

Este proyecto no pudo ser posible sin el apoyo de diversas personas e instituciones, mi agradecimiento a todos los que de alguna forma contribuyeron en la realización de esta tesis doctoral.

Agradezco al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) por la beca otorgada para la realización de mis estudios. A de mi querida Universidad Autónoma de Zacatecas, por la descarga académica concedida para cursar el doctorado, al M. en C. Francisco Javier Domínguez Garay rector en curso, quien durante su periodo 2008-2012 me brido las facilidades administrativas para ausentarme de la Universidad; así como al rector actual el Ing. Armando Silva Cháirez que permitió continuar y concluir este proyecto.

Al Dr. Marco Antonio Salas Lévano por su amistad y ayuda para gestionar los trámites administrativos de mi descarga dentro de la Unidad Académica de Docencia Superior. A la Dra. María Rita Vega Baeza por brindarme su confianza y apoyo incondicional para ausentarme del trabajo cuando fuera necesario, ¡muchas gracias Dra., su apoyo fue crucial en la última etapa de la tesis!.

A mis compañeros de doctorado por el camino compartido. A mi entrañable amiga Cinthia Yerania por su compañía, sus consejos, los abrazos y las horas dedicadas a la lectura de mi trabajo. A Héctor Trejo quien sin darse cuenta se convirtió en mi acompañante virtual, durante este proceso tan solitario, ¡gracias por escucharme y levantarme los ánimos cada que el desanime llegaba!.

Mi agradecimiento a la Dra. Blanca Elena Sanz Martín y el Dr. Octavio Martín Maza Díaz Cortes por sus comentarios y consideraciones. Al Dr. Salvador de León Vázquez por su tiempo y sus oportunas sugerencias. Mi gratitud plena y sincera al Dr. Juan López Chávez por su generosidad y ayuda desinteresada para la realización de esta investigación.

Un infinito agradecimiento, reconocimiento y admiración a mí asesora de tesis la Dra. Rebeca Padilla de la Torre, por su acompañamiento en estos años, el empuje permanente, sus enseñanzas, sus consejos, su paciencia y su apoyo incondicional, ¡gracias Doctora por sacarme de mi área de confort e impulsarme hacia nuevos horizontes!. A ella le debo gran parte de lo conseguido.

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN 8

SURGIMIENTO DEL PROBLEMA 13

CAPÍTULO I

EL CIBERLENGUAJE EN EL MARCO DE LAS DIFERENCIAS GENERACIONALES 17

 1.1. Revisión de literatura. El estudio del ciberlenguaje..... 17

 1.1.1. El ciberlenguaje, un reflejo de la oralidad..... 18

 1.1.2. Los jóvenes y el ciberlenguaje 30

 1.1.3. Tendencias metodológicas en el estudio del ciberlenguaje..... 34

 1.2. Planteamiento del problema. El ciberlenguaje utilizado en espacios digitales como medio de comunicación y socialización. 37

 1.2.1. El ciberlenguaje..... 40

 1.2.2. Sociedad red y la comunicación digital interactiva 42

 1.2.3. Apropiación y prácticas 48

 1.2.4. Culturas juveniles y rupturas generacionales 52

 1.2.5. El problema metodológico 60

 Pregunta de investigación y objetivos 62

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO: SOCIEDAD RED, CULTURAS Y CIBERLENGUAJE 64

 2.1. La sociedad red, nuevas redes y canales de comunicación 65

 2.2. La comunicación digital interactiva, confluencia de medios y lenguajes.. 68

 2.3. Apropiación de la tecnología y prácticas mediáticas..... 71

 2.4. La cultura y el ciberlenguaje como una forma de socialización 74

 2.4.1. La identidad..... 77

 2.4.2. Culturas juveniles 80

 2.4.3. Diferencias generacionales 83

 2.5. Ciberpragmática..... 88

CAPÍTULO III

ESTRATEGIA METODOLÓGICA: EL ANÁLISIS DEL CIBERLENGUAJE 93

 3.1. Estrategia metodológica: El método comparativo 95

3.2.	Criterios de selección de la muestra de los objetos de estudio.....	95
3.3.	Contexto espacial y temporal del estudio.....	96
3.4.	Etapas del objeto de estudio.....	97
3.5.	Primera etapa: La disponibilidad léxica.....	97
3.6.	Segunda Etapa: metodología de diseño narrativo	105

CAPÍTULO IV

DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS: JÓVENES Y ADULTOS, DOS LÓGICAS DISTINTAS EN LA APROPIACIÓN DEL CIBERLENGUAJE..... 116

4.1.	El léxico disponible de jóvenes y adultos sobre ciberlenguaje, Internet y otras tecnologías	119
4.1.1.	Centro de interés muebles de la casa, aparatos electrónicos y electrodomésticos	126
4.1.2.	Centro de interés entretenimiento, juegos y diversiones	128
4.1.3.	Centro de interés Internet y tecnologías de la información y comunicación	131
4.1.4.	Centro de interés palabras que se abrevian en telefonía e Internet	136
4.1.5.	Centro de interés emoticones.....	138
4.2	Apropiación del ciberlenguaje de jóvenes y adultos	142
4.2.1	Características del ciberlenguaje.....	145
4.2.2	Prácticas mediáticas en las utilizan ciberlenguaje.....	154
4.2.3	Ciberlenguaje como elemento de Identidad	166

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES

5.1.	Caracterización del ciberlenguaje	174
5.2.	La disponibilidad léxica del ciberlenguaje	177
5.3.	Apropiación del ciberlenguaje a partir de las prácticas mediáticas	178
5.4.	El papel del ciberlenguaje como un elemento de identidad.	179
5.5.	Lo que se queda en el tintero.....	180

BIBLIOGRAFÍA

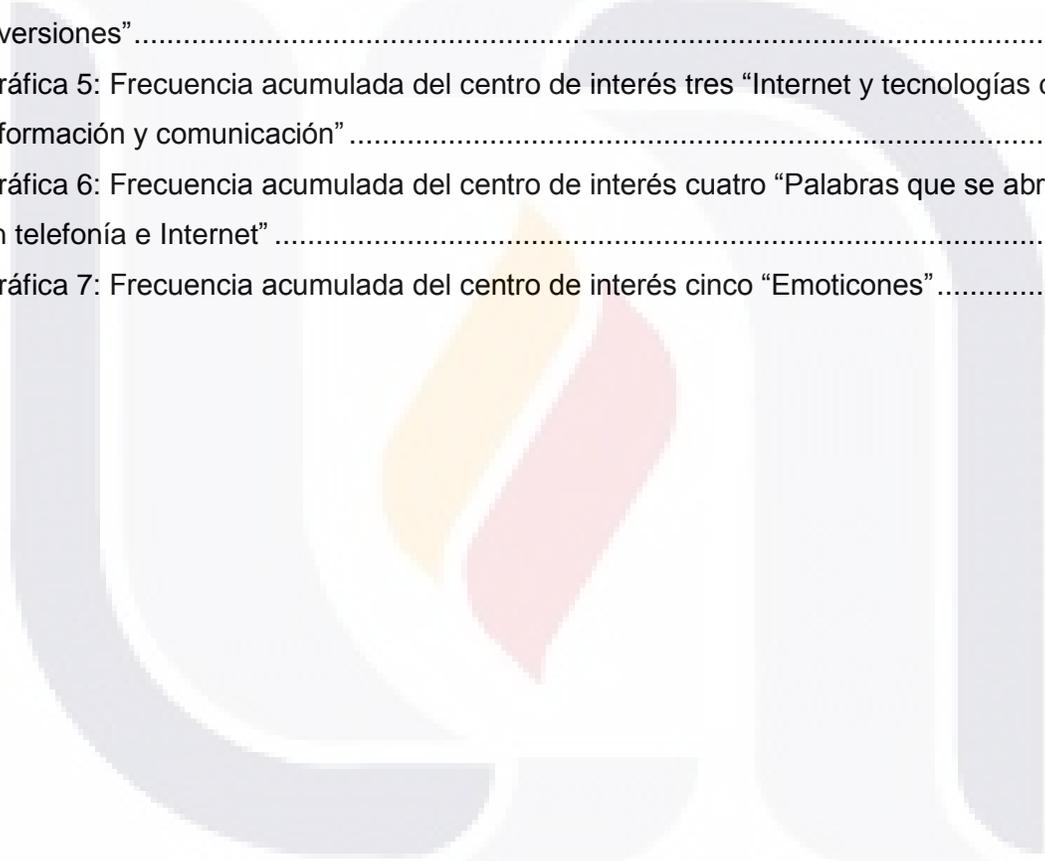
ANEXOS.....

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Tabla 1: Características de los informantes que participaron en la segunda etapa.	110
Tabla 2: Tabla de codificación.....	112
Tabla 3: Total de palabras registradas por jóvenes y adultos	120
Tabla 4: Promedio de palabras proporcionadas por centro de interés.....	121
Tabla 5: Total de vocablos por centro de interés.	122
Tabla 6: Total de vocablos por centro de interés entre generaciones.....	124
Tabla 7: Vocablos que comparten adultos y jóvenes.....	124
Tabla 8: Índice de frecuencia acumulada	125
Tabla 9: Vocablos obtenidos del centro de interés uno, “Los muebles de la casa, aparatos electrónicos y electrodomésticos”.....	127
Tabla 10: Vocablos obtenidos del centro de interés dos “Entretenimiento, juegos y diversiones”	130
Tabla 11: Vocablos obtenidos del centro de interés tres “Internet y tecnologías de la información y comunicación”	135
Tabla 12: Vocablos obtenidos del centro de interés cuatro “Palabras que se abrevian en telefonía e Internet”	138
Tabla 13: Vocablos obtenidos del centro de interés cinco “Emoticones”	140
Tabla 14: Matriz de análisis características del ciberlenguaje.	146
Tabla 15: Matriz de análisis de las prácticas mediáticas	156
Tabla 16: Matriz de análisis identidad	156

ÍNDICE DE GRÁFICAS

Gráfica 1: Total de palabras proporcionadas por informante	121
Gráfica 2: Distribución porcentual de vocablos por centro de interés	123
Gráfica 3: Frecuencia acumulada del centro de interés uno “Los muebles de la casa, aparatos electrónicos y electrodomésticos”	126
Gráfica 4: Frecuencia acumulada del centro de interés dos “Entretenimiento, juegos y diversiones”	129
Gráfica 5: Frecuencia acumulada del centro de interés tres “Internet y tecnologías de la información y comunicación”	132
Gráfica 6: Frecuencia acumulada del centro de interés cuatro “Palabras que se abrevian en telefonía e Internet”	136
Gráfica 7: Frecuencia acumulada del centro de interés cinco “Emoticones”	138



ACRÓNIMOS

AMIPCI	Asociación Mexicana de Internet
ARPANET	Advanced Research Projects Agency Network (Agencia de Proyectos de Investigación Avanzada)
CERN	Centro Europeo para la Investigación Nuclear
CMC	Comunicación Mediada por Computadora
CONACYT	Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología
HTML	Hypertext Markup Language (Lenguaje de Marcas Hipertextuales)
HTTP	Hypertext Transfer Protocol
INEGI	Instituto Nacional de Estadística y Geografía
IRC	Internet Relay Chat
NET	Nuevo Entorno Tecno Social
P2P	Peer-to-peer (red punto a punto)
RAE	Real Academia de la Lengua
RUD	Red Digital Universal
SEP	Secretaría de Educación Pública
SMS	Servicio de Mensajes Cortos
TIC	Tecnologías de la Información y Comunicación
TCP/IP	Transmissions Control Protocol/Internet Protocol (Protocolo de control de transmisión/Protocolo de Internet)
UAZ	Universidad Autónoma de Zacatecas
UNESCO	Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura
WWW	World Wide Web (Red de Amplitud Mundial)

DOCTORADO EN CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

**LA APROPIACIÓN DEL CIBERLENGUAJE EN
JÓVENES Y ADULTOS**

Lizeth Rodríguez González

RESUMEN EN ESPAÑOL

Esta investigación responde al interés de analizar la apropiación que jóvenes y adultos hacen del ciberlenguaje como una forma de identidad, a través de las prácticas mediáticas que realizan en la comunicación digital interactiva mediante los mensajes cortos de telefonía móvil, la red social *Facebook* y el correo electrónico, con el objetivo de comprender las diferencias y el papel de este lenguaje entre estos grupos de edades. Para la comprensión del problema se integraron teorías y conceptos desde tres perspectivas: lo sociocultural, la comunicación y la lingüística, entrelazando aspectos de la teoría de la sociedad red, la comunicación digital interactiva, las culturas juveniles y la ciberpragmática. La estrategia metodológica fue un análisis comparativo entre estos grupos de edades; desarrollada en dos etapas, en la primera se aplicó una prueba de disponibilidad léxica para obtener los vocablos que se utilizan en el ciberlenguaje; en la segunda se realizó un análisis narrativo que integró elementos de la etnografía tradicional y la etnografía virtual para analizar las conversaciones y las prácticas que realizan los sujetos de estudio.

Los resultados confirman que los jóvenes y adultos utilizan el ciberlenguaje como un medio de comunicación que les permite transmitir emociones y sentimientos, así como reemplazar expresiones faciales y gestos con personas que se encuentran físicamente distantes. Al mismo tiempo se observaron que existen diferencias significativas entre estos dos grupos de edades; para los jóvenes las tecnologías de la información y la comunicación representan un sistema de comunicación innato, que les permite pasar gran parte de su tiempo dentro de un mundo metafórico, en el que el ciberlenguaje es utilizado con frecuencia como parte del proceso de identidad, para estar en sintonía entre pares; mientras que los adultos se apropian de las tecnologías en menor escala, para ellos no representan un papel central en sus vidas, por lo general utilizan estos medios para cuestiones laborales y estar en comunicación con personas cercanas a ellos, con estas últimas es donde suelen utilizar el ciberlenguaje como un reflejo de proximidad.

THE APPROPRIATION OF CYBERLANGUAGE IN YOUNG AND ADULTS

Lizeth Rodríguez González

ABSTRACT

This research responds to the interest in analyzing the appropriation of cyberlanguage that young and adults take to as a form of identity through the media practices such as interactive digital communication through short mobile phone messages, the social network Facebook, and email with the objective of comprehending the differences and the role of this language among these age groups. To comprehend the problem, theories and concepts were integrated from three perspectives: sociocultural, communication, and language, interweaving aspects of the theory of the network society, interactive digital media, young cultures, and cyberpragmatic. The methodological strategy was a comparative analysis of these age groups; developed in two stages, in the first a lexical availability test was applied to obtain the words used in the cyberlanguage and in the second a narrative analysis was carried out that integrated elements of traditional ethnography and virtual ethnography to analyze conversations and practices used by the subjects of the study.

The results confirm that young and adults use cyberlanguage as a means of communication that allows them to transmit emotions and sentiments as a replacement for facial expressions and gestures among people who are physically distant. At the same time, it was observed that there are significant differences among these age groups; for the young, informational and communicational technology represent an innate communication system that allows them to spend a great part of their time in a metaphorical world in which cyberlanguage is used frequently as part of the identity process to stay in tune with peers, while adults appropriate technologies on a smaller scale; for them, technologies do not play a central role in their lives and they generally utilize these means for labor issues and to maintain communication with those close to them, the latter being where cyberlanguage is used as a reflection of proximity.

INTRODUCCIÓN

Los medios digitales de comunicación se han convertido a corto plazo en un instrumento indispensable de socialización, gracias a que tienen la capacidad de transmitir información de manera rápida, fácil y segura, haciendo posible integrar en un mismo texto, imagen, sonido y video, favoreciendo las formas en que las personas se relacionan e interactúan con otros, acortando fronteras y abriendo nuevas posibilidades de comunicación e interacción, en donde el discurso escrito se ha visto complementado con un lenguaje icónico y audiovisual que transforma la escritura tradicional.

Los usuarios han aprovechado estos recursos para integrar modos creativos en sus conversaciones que realizan en medios digitales como los chats, el servicio de mensajes cortos (SMS), las redes sociales, los foros virtuales, los blogs, entre otros. Buscando remplazar la ausencia física que existe, para intentar escribir como si se tratara de una conversación cara a cara, a fin de representar las emociones, los gestos, el tono de voz y otras formas similares de interacción. A este tipo de comunicación escrita deliberada, económica y creativa se le ha denominado como ciberlenguaje, una nueva forma de comunicación que borra los límites entre oralidad y escritura.

El ciberlenguaje constituye el eje rector del estudio, analizando a dos actores los jóvenes y los adultos. La selección de “jóvenes” fue con base en las estadísticas, ya que son los principales usuarios de los medios digitales de comunicación en la actualidad. Para complementar el estudio y como un punto de comparación, se analizó otro grupo integrando en este caso a los “adultos”, lo que permitió tener un panorama más amplio del fenómeno para profundizar en sus prácticas mediáticas y el empleo que realizan del ciberlenguaje.

Los mensajes cortos de telefonía móvil, la red social *Facebook* y el correo electrónico sirvieron de escenario para el estudio, enriqueciendo los resultados por las características técnicas y específicas que cada medio digital posee, lo que aportó mayor información y una discusión de resultados más completa.

A partir de este escenario se plantea el objetivo de la presente investigación, para analizar comparativamente la apropiación que jóvenes y adultos hacen del ciberlenguaje como una forma de identidad, a través de las prácticas mediáticas que realizan en los mensajes cortos de telefonía móvil, la red social *Facebook* y el correo electrónico, a fin de

comprender las diferencias y el papel de este lenguaje entre estos grupos de edades distintos.

Metodológicamente la investigación se desarrolló como un análisis comparativo. El estudio de ambos grupos de edad “jóvenes y adultos” hizo posible contrastar coincidencias y discrepancias que dieron mayores elementos para el análisis de las prácticas y el uso del ciberlenguaje que utilizan, integrando un enfoque distinto a otras investigaciones, al combinar un estudio de disponibilidad léxica, que permitió obtener los vocablos más utilizados sobre “tecnologías de la información” y “ciberlenguaje”; y un análisis narrativo, observando el ciberlenguaje que emplean en los medios digitales, apoyándose de algunos elementos de la etnografía tradicional y etnografía virtual.

Los resultados obtenidos permitieron identificar patrones de parecidos y diferencias que existen en ambos grupos de edad. La prueba de disponibilidad léxica mostró que los jóvenes utilizan en su vocabulario más palabras relacionadas con las tecnologías y el ciberlenguaje que los adultos, aún y cuando las diferencias de los vocablos producidos en ambos grupos de edad no fueron notables, lo que afirma que los jóvenes se apropian y utilizan en mayor medida que los adultos las tecnologías como parte de sus actividades cotidianas.

El análisis narrativo permitió corroborar que son los jóvenes quienes más emplean el ciberlenguaje en la mayoría de las actividades que realizan en la red. Las principales características del ciberlenguaje que fueron identificadas en los textos, dentro de las prácticas que desarrollan jóvenes y adultos, mediante los mensajes cortos de telefonía móvil, la red social *Facebook* y el correo electrónico, fueron la repetición de letras, signos o números, la combinación de mayúsculas y minúsculas en una frase, las contracciones donde se acortan o abrevian palabras, las ortográficas donde no se respetan las reglas y los emoticones.

Los jóvenes utilizan el ciberlenguaje con mayor frecuencia; tanto en sus publicaciones como en sus conversaciones, alterando el lenguaje escrito, empleando más de una de las categorías que construyen el ciberlenguaje; en sus frases hacen un uso desmedido de letras, signos y símbolos, así como la combinación de mayúsculas y minúsculas, contracciones de palabras, emoticones y extranjerismo entre el texto. Este tipo de acciones se está haciendo convencional entre los jóvenes; identificando que la mayoría de las mo-

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

dificaciones que realizan al lenguaje escrito son con la intención de expresar emociones y sentimientos.

En el caso de los adultos se observó que el uso del ciberlenguaje es menor, lo mismo sucede con la transformación de las palabras, en este grupo de edad se detectó que dentro de sus prácticas sólo emplean algunas de las características como el aumento o repetición de letras, signos y símbolos, la combinación de mayúsculas y minúsculas, así como el uso de emoticones. Algunos de los adultos entrevistados les resulta complicado escribir de esta forma; otros, no la emplean porque ignoran cómo deben de hacerlo.

Se pudo observar que las principales prácticas que realizan ambos grupos de edad mediante los mensajes cortos de telefonía móvil, la red social *Facebook* y el correo electrónico están enfocadas al entretenimiento mediante la publicación de fotos, videos, artículos de interés; entre otros, siendo común que los jóvenes usen de manera frecuente el ciberlenguaje, sobre todo en *Facebook*, que se ha convertido en una de las principales herramientas que emplean para comunicarse con los amigos y para socializar. En caso de los adultos, fue perceptible que realizan menos actividades en esta red social, accediendo principalmente para estar en contacto con la familia.

El correo electrónico como los mensajes cortos de telefonía móvil, tienen menos uso por ambos grupos de edad. Los jóvenes del estudio manifiestan que el correo electrónico lo utilizan solamente cuando es necesario enviar información por esta vía, debido, a que por otros medios digitales como *Facebook* pueden realizar envío de información, pero además acceder a otros recursos desde el mismo espacio, como publicar información y realizar conversaciones. Por su parte, los adultos señalan que por lo general lo usan sólo para cuestiones laborales.

En el caso de los mensajes cortos de telefonía móvil los jóvenes manifestaron que hacen poco uso de ellos, debido a que con los teléfonos inteligentes tienen la opción de acceder desde Internet a distintas aplicaciones de mensajería instantánea, que les permite realizar múltiples conversaciones al mismo tiempo, así como adjuntar archivos multimedia, audios e imágenes, sin que esto les genere costos adicionales. Los adultos señalaron que utilizan ocasionalmente los mensajes cortos debido a que prefieren realizar llamadas.

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

Después de analizar los resultados, se logró obtener un acercamiento distinto con el ciberlenguaje, concluyendo que los jóvenes lo emplean como un elemento para identificarse dentro de un grupo, usando códigos donde tratan que sus conversaciones y publicaciones, estén impregnadas de creatividad y emotividad, construyendo su propia identidad entre pares. Para ambos grupos de edad el ciberlenguaje representa un medio de comunicación que les permite transmitir emociones y sentimientos, así como reemplazar expresiones faciales y gestos con personas que está físicamente distantes.

La estructura de la tesis ha sido pautaada en cinco capítulos que se complementan entre ellos. En el primero se establecen los puntales desde los cuales se ha investigado el ciberlenguaje, integrando un panorama de las investigaciones relacionados con el tema que fueron organizados y clasificados en tres bloques; la caracterización del ciberlenguaje; los estudios que dan cuenta de la relación de los jóvenes con el ciberlenguaje y por último, las diferentes técnicas y tendencias metodológicas que han sido utilizadas en las investigaciones del ciberlenguaje. Estos elementos sientan las bases para la delimitación del problema y la construcción del objeto de estudio, las cuales se describen y desarrollan a detalle en este apartado.

En el segundo capítulo se traza el marco teórico de este estudio, siendo el eje central el ciberlenguaje, integrando elementos de la teoría de la sociedad red (Castells, 2004) que permite entender las bases para la comunicación digital interactiva (Scolari, 2008), que hace posible un nuevo sistema comunicación que transforma las prácticas mediáticas que desarrollan jóvenes y adultos en el entorno digital para comunicarse; entretejiendo estos aspectos con la apropiación, la identidad y la ciberpragmática, como elementos fundamentales para profundizar en el uso del ciberlenguaje desarrollado en medios digitales de comunicación.

El capítulo tres describe la estrategia metodológica de esta investigación, desarrollada en dos etapas complementarias que permitieron describir de forma comparativa los resultados por grupo de edad. Se recurrió a una metodología mixta que permitió combinar múltiples métodos en el mismo estudio; desde lo cuantitativo se utilizó la técnica que se maneja en trabajos de disponibilidad léxica; desde lo cualitativo se empleó un análisis narrativo, retomaron elementos de la etnografía tradicional y la etnografía virtual, tratando de integrarlos para analizar los datos obtenidos de las prácticas que jóvenes y adultos

realizan en los mensajes cortos de telefonía móvil, la red social *Facebook* y el correo electrónico.

Dentro del cuarto capítulo se presentan los resultados obtenidos del trabajo de campo, iniciando con la descripción del análisis de disponibilidad léxica, presentando por centro de interés el vocabulario específico empleado por jóvenes y adultos sobre el uso de tecnologías de la información y comunicación, y ciberlenguaje, identificando los patrones de similitudes y diferencias entre ambos grupos de edades. Estos datos sirven de base para complementar el análisis narrativo donde se hacen visibles las características del ciberlenguaje, las prácticas mediáticas y la identidad, como elementos que muestran las formas en que jóvenes y adultos se apropian del ciberlenguaje.

Por último, en el quinto capítulo se presentan las conclusiones de la investigación, señalando algunas reflexiones basadas en la construcción de los ejes de estudio, los objetivos y resultado, concluyendo que el ciberlenguaje se presenta como un híbrido entre la oralidad y la escritura, que permite representar las emociones y sentimientos como un reflejo de proximidad e identidad entre personas que están geográficamente distantes.

SURGIMIENTO DEL PROBLEMA

Como Ingeniera en Sistemas Computacionales estudiar un doctorado en el área de las Ciencias Sociales y Humanidades representó un reto importante para mí. La intención inicial era trabajar un proyecto que me permitiera retomar parte de lo que en mi licenciatura curse, pero desde una perspectiva distinta. Me di a la tarea de estructurar el protocolo de investigación que solicitaban como requisito de ingreso al posgrado, con la idea de insertarme en la línea de educación, porque era el área en la que yo me desenvolvía en ese momento. Es decir, hacer una investigación que me permitiera combinar el campo educativo y las tecnologías de la información y la comunicación (TIC).

Al ingresar al doctorado, me informaron que la línea de educación no se ofertaría en esta generación y que era necesario elegir otra línea para trabajar. En este sentido, fue que decidí ingresar al área de sociología, sabía que esto implicaba darle un giro completo a mi proyecto de investigación, por lo que traté de hacer una propuesta que se enfocara desde lo social pero que lograra incorporar el campo educativo y las TIC.

Ya dentro del doctorado le presenté el proyecto a mi tutora, ella me comentó que la propuesta de investigación que yo pretendía estudiar, estaba más enfocada hacia la línea de educación. Me sugirió que me saliera de mi área de confort y buscara un tema nuevo en el que no involucrara lo educativo, que era el campo que yo venía trabajando desde la maestría. Esto representó un reto mayor para mí, en ese momento mi preocupación ya no sólo era buscar qué investigar, sino también cómo hacerlo, porque si bien sabía que podía trabajar algo con TIC, no tenía una idea clara de cómo debería enfocarlo desde la sociología y la comunicación.

Tratando de armar una nueva propuesta se me vino a la memoria que tiempo atrás, había considerado lo interesante que sería estudiar el ingenioso lenguaje escrito, que se utiliza con frecuencia como medio de comunicación en diferentes soportes tecnológicos. Tenía la inquietud de conocer más ampliamente sobre las particularidades de este lenguaje, debido a que es un fenómeno que con frecuencia se observaba en conversaciones digitales y que además, desde mi propia experiencia como usuaria de las TIC, en ocasiones suelo utilizar.

Recordé, que en una ocasión le pregunte a una joven por qué escribía “azi” (así), ella me contesto qué era una forma “chida” de escribir y que además está de moda, su respuesta llamó mucho mi atención y esto me llevó a buscar la opinión de más jóvenes. Tiempo después le pregunte a otra joven, si utilizaba esa forma de escritura (que hasta este momento no sabía cómo llamarla) en la que combinan letras, signos, símbolos y números. Esta vez la respuesta fue completamente distinta, ella contesto que no la utilizaba porque le parecía que era una manera “tonta” de escribir.

Estas respuestas tan divergentes fueron las primeras ideas que me dieron pauta para delinear la presente investigación. Llama la atención cómo el empleo de este lenguaje, es recurrente entre los usuarios de medios digitales de comunicación. Dentro de las principales características que observe, están las reducciones que se hacen en las palabras, empleando abreviaturas como por ejemplo “No te preocupes” que es sustituido con “ntp”, la omisión de vocales como la de la palabra “donde” que es remplazada por “dnd”, también combinan letras y números, para tratar de asemejar una palabra como “saludos” que es sustituida por “Salud2”, utilizan signos matemáticos para sustituir palabras, donde el “más” es remplazado con “+”, así mismo, mezclan extranjerismos y un sin fin de opciones, que cada usuario realiza conforme a su propia creatividad.

Me parecía que en este lenguaje escrito las reglas gramaticales no tenían cabida, debido a que por ejemplo no se presenta el uso de acentos y puntuaciones y por lo general los signos de interrogación y admiración son utilizados sólo al final de una frase. Otro elemento observado con frecuencia, fueron los emoticones que construyen figuras, creadas con el teclado combinando signos, letras y números, estas figuras tienen la característica de poder expresar sentimientos como enojo o alegría, donde se puede construir por ejemplo una carita feliz “:-)” o bien una carita triste “:-(”.

A simple vista podía identificar que eran los jóvenes, quienes de manera habitual empleaban este tipo de escritura en las conversaciones que hacían principalmente entre pares, ya sea como un fenómeno de moda, o jerga juvenil que utilizan para comunicarse de manera fácil, rápida y creativa. Sin embargo, ellos no son los únicos que hacen uso de este lenguaje, también observé, que los adultos lo utilizaban pero más esporádicamente. De esta forma, fue cómo comencé a construir la problemática de esta investigación.

La indagación de literatura especializada en el tema, ayudó a delinear los ejes centrales de mi proyecto, aprovechando los vacíos de información encontrados y las múltiples líneas desde donde podía ser observado y estudiado como la lingüística, la educativa, la psicológica y la social. Llamó mi atención, la presencia de trabajos que analizaban este lenguaje desde un sólo medio de comunicación como el chat, los blogs, los foros, los SMS y las redes sociales. Por ello, me dispuse a darle un giro distinto a mi proyecto y analizar no sólo uno, sino tres medios digitales de comunicación de los más utilizados en la actualidad.

La revisión bibliográfica, también me permitió identificar que existía una constante similitud con respecto a los sujetos de estudio. Por lo general, los trabajos se enfocaban en analizar el lenguaje utilizado por jóvenes en medios digitales, dejando de lado a los adultos quienes en algunos casos, si fueron considerados pero no como una variable primaria, en este sentido, la edad se colocó en un factor significativo para mi estudio.

Después de observar los principales enfoques desde donde se había estudiado esta problemática, pensé que sería interesante ir más allá de la dicotomía entre la evolución e involución del lenguaje, o si se degenera o enriquece el mismo. De esta forma, decidí analizar comparativamente cómo se apropian de este tipo de escritura dos grupos de edades distintas, la primera compuesta por jóvenes y la segunda por adultos.

Finalmente, después de examinar los trabajos relacionados con mi problemática, pude localizar que existían distintas formas de nombrar este tipo de lenguaje escrito, desarrollado en medios de comunicación digitales¹. Opte por utilizar para mi investigación, el término ciberlenguaje después de observar cómo esta denominación había sido utilizada con frecuencia en investigaciones recientes.

De esta forma el trabajo que se presenta a continuación, responde al interés de conocer las diferencias significativas en la apropiación del ciberlenguaje, que se utiliza con frecuencia en medios de comunicación digitales, como los mensajes de texto (SMS) que se envían por medio del teléfono móvil, la red social *Facebook* y el correo electrónico, analizando por separado jóvenes y adultos para luego compararlos.

¹ Las distintas denominaciones que se le han dado al ciberlenguaje las describo más ampliamente en la problematización y la revisión bibliográfica.

Resolver esta problemática fue todo un reto, se asumieron dos perspectivas para generar un estudio interdisciplinar, la primera se suscribe desde la visión de la comunicación y la segunda desde el lenguaje, tratando de unir ambos elementos con la intención de darle a la investigación un enfoque diferente. Trabajar este objeto de estudio de forma interdisciplinaria² representó un gran esfuerzo, pero finalmente logré combinar elementos de distintas metodologías adaptándolas conforme a las necesidades del proyecto. Esto me permitió obtener resultados únicos que sin duda podrán servir de apoyo para futuras investigaciones.



² Para poder realizar el trabajo de forma interdisciplinar, el comité tutorial inicial fue conformado por dos Doctores especializados en el campo de la comunicación, así como un lingüista.

CAPÍTULO I

1. EL CIBERLENGUAJE EN EL MARCO DE LAS DIFERENCIAS GENERACIONALES

El lenguaje en el mundo virtual es dinámico, nace, crece y se modifica de la mano de los propios usuarios.

ERNESTO PARRILLA.

1.1. Revisión de literatura. El estudio del ciberlenguaje

La revisión de literatura fue el punto de partida para consolidar la presente investigación, la bibliografía encontrada ayudó a delinear los ejes centrales del estudio, considerando principalmente los vacíos de información que existían sobre la problemática y las vetas que no habían sido exploradas. A continuación se presenta el análisis detallado de los trabajos empíricos que abordan el estudio del ciberlenguaje desde distintas perspectivas.

La búsqueda de información se realizó a partir del cruce entre cinco conceptos clave: lenguaje, ciberlenguaje, jóvenes, adultos y tecnologías de la información y la comunicación. En un inicio resultó complicado hacer la búsqueda porque no se contaba con una palabra específica para nombrar el tipo de escritura que se pretendía analizar. Sin embargo, en el camino fueron surgiendo estudios que proporcionaron algunas variables como: lenguaje de Internet, escritura en medios digitales de comunicación, ciberhabla y por su puesto el término que se utiliza en este trabajo “*ciberlenguaje*”, estas variables también fueron un presente importante para localizar información contundente sobre el objetivo.

Los criterios que se consideraron para la elaboración de este apartado fueron: artículos de revistas científicas, libros, ponencias y tesis que se han aproximado empíricamente al fenómeno. La búsqueda de información se realizó en bibliotecas públicas, bases de datos académicas y búsquedas directas en Internet. En este sentido, el acopio de información se obtuvo tanto en formato digital como impreso.

El segundo criterio que se consideró fue el corte temporal de la búsqueda documental, tomando de referencia los años 2001 al 2013. Al principio se había determinado

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

analizar sólo los cinco años anteriores a la fecha de elaboración de este apartado, con el propósito de rastrear la literatura más actual. Sin embargo, en el camino se encontraron trabajos relevantes de años anteriores que constituían antecedentes importantes sobre el tema y que por consiguiente no podían dejarse de lado.

La búsqueda de revisión bibliográfica se basó en trabajos elaborados principalmente en español, por lo que destaca la producción de investigaciones en este idioma. A menor escala también se incluyeron algunos trabajos en inglés y otros que fueron publicados originalmente en inglés pero que han sido traducidos al español. Dentro de los estudios encontrados conforme al país de origen, destacan los publicados en España, Colombia, Argentina, Holanda, Venezuela y por supuesto México, que es el país donde se realiza esta investigación.

Fue evidente la variedad de enfoques y temas desde donde se había abordado esta problemática. Como era de esperarse, se observó que las principales fuentes provienen de la lingüística, seguidas de la que hacen referencia al ámbito educativo, también existen las enfocadas a la psicológica y sólo algunas abordadas desde el ámbito social, quedando un vacío de información sobre esta última.

Finalmente, para el análisis de la información, se realizó la categorizaron por soportes, metodologías, país de procedencia y año de publicación. A partir de estas distinciones, a continuación, se presenta detalladamente los hallazgos de esta revisión de literatura, clasificándolas temáticamente en tres categorías elaboradas con base en las tendencias más significativas.

1.1.1. El ciberlenguaje, un reflejo de la oralidad

Con frecuencia se observa como el uso de las mediaciones ha permitido significativas transformaciones en lenguaje escrito que se utiliza en los medios digitales de comunicación actuales. Estas transformaciones implican la aparición de nuevos signos y símbolos, la incorporación de imágenes como sustituyentes del lenguaje, el reforzamiento de los rastros de la oralidad en los textos producidos y otra serie de variaciones que han sido objeto de profundos análisis desde los diversos campos y enfoques de estudio del lenguaje (Vásquez, 2010). Queda claro que la red se ha convertido en un nuevo soporte que hace posible diversos tipos de interacciones comunicativas y creaciones textuales.

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

Es evidente que el auge de las recientes tecnologías de la información y comunicación ha contribuido en gran medida para que los usuarios recreen sus propios códigos lingüísticos, intentando combinar matices del lenguaje hablado y el lenguaje escrito creando de este modo su propia forma de comunicación. De esta forma es como emerge el *ciberlenguaje*, precisamente como un medio de comunicación escrito en el que los usuarios buscan remplazar la ausencia física que existe, para intentar escribir como si se tratara de una conversación cara a cara, a fin de representar las emociones, los gestos, el tono de voz y otras formas similares de interacción, es decir se crea un lenguaje icónico y audiovisual que transforma la escritura tradicional.

Hasta el momento no hay una palabra concreta que defina a este lenguaje dentro del diccionario de la Real Academia de la Lengua (RAE). Como lo señala Crystal (2005) esta alternativa es tan novedosa que todavía no ha recibido una denominación comúnmente aceptada, ni existe un término unificado para el tipo de lenguaje que emplea. Hay quienes le han dado una designación para referirse al mismo como *Netlish*, *Weblish* (Orwell, 1984), ciberhabla o *netspeak* (Crystal, 2002), electrotextos o habla escrita (Flores, 2006), lenguaje digital (Lara, 2008), ciberlenguaje o *cyberlanguage*³ (Berlanga y Martínez, 2010; Betancourt, 2010), entre muchas otras designaciones.

Cada término empleado tiene distintas implicaciones, el análisis que realiza Crystal (2002), permite ver que existen algunas acepciones empleadas para este lenguaje: como el *Netlish* que surge del término *English*, mismo que se ha ido desplomando en la medida en que la Red se convierte en algo más multilingüe; por su parte el *discurso electrónico* acentúa los elementos de diálogo e interactividad; en esta misma sintonía *Netspeak* o *ciberhabla* es definido como el “lenguaje escrito que se ha estirado en dirección al habla, que es como un lenguaje oral que se escribe” (Crystal, 2005, p.62), así mismo el término *electrotexto* que Flores (2006) lo define como “habla escrita”.

Todas las denominaciones que se le han dado a este lenguaje pueden ser adecuadas. Sin embargo, para esta investigación se consideró usar el término *ciberlenguaje*, cuyo objetivo es dotar a la comunicación de mayor expresividad, flexibilidad y carácter lúdico, incluso, de mayor elocuencia dentro de un uso coloquial que captura algunos elementos de la oralidad y que se apropia de ellos en un proceso dinámico, creador y desa-

³ *Cyberlanguage* para los de habla inglesa.

fiante, revelador de una identidad efusiva que se expande en y por la comunicación (Araujo & Melo, 2003).

El ciberlenguaje puede ser considerado gramaticalmente informal (Berlanga y Martínez 2010, Betancourt 2010), este hecho ha permitido que se realicen estudios que ayuden a entender el significado de las palabras y de los emoticones utilizados en medios de comunicación digitales. Por ello, “se han inventado y reunido cientos de expresiones y secuencias lúdicas en diccionarios de *smileys*, algunas extremadamente ingeniosas o artísticas, que constituyen un intento potencialmente práctico pero muy rudimentario de capturar algunos de los rasgos básicos de la expresión facial” (Cystal, 2005, p.95), es decir, buscan una comunicación intermedia entre la oralidad y la escritura.

En España, la Asociación de Usuarios de Internet, con apoyo de las principales compañías de telefonía móvil (Amena, MSN, Movistar, Vodafone Y Lleidanet) han creado un diccionario de SMS⁴ que lleva por nombre "Hexo x ti y xa ti", con la finalidad de recopilar términos y abreviaturas que utilizan los jóvenes para escribir en Internet y en los teléfonos celulares. El diccionario, cuenta ya con más de 11 mil términos registrados que pueden ser consultados en su página web, utilizando las mismas funciones de un diccionario normal al permitir buscar términos de la letra “A” a la “Z” para encontrar frases o palabras compuestas por símbolos, números, letras, emoticonos, abreviaturas, siglas, acrónimos, entre otros.

Este diccionario constituye una herramienta de consulta creada principalmente por jóvenes -desde abajo hacia arriba- para profesores, estudiosos de la lengua española, medios de comunicación, padres y educadores. El objetivo es recopilar los términos y abreviaturas que se utilizan para escribir en distintos soportes tecnológicos. Los términos de este diccionario se registran en las lenguas como el castellano, catalán, gallego y euskera.

Hasta el momento la RAE no ha incorporado una definición oficial que describa al *ciberlenguaje* dentro de su diccionario. Sin embargo anunció lanzar el 20 de marzo del 2012 una nueva edición de la ortografía básica de la lengua, en la cual no deja de lado a

⁴ El diccionario explica los nuevos términos surgidos del lenguaje virtual y su significado. El nuevo lenguaje consta de una ortografía propia y se permitirán licencias como la ausencia de la *h* en tiempos compuestos, la supresión de comas, acentos y vocales (<http://www.diccionariosms.com>).

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

las actuales tecnologías, argumentando que la rapidez y la economía en la escritura suelen ser factores determinantes en los correos electrónicos, los foros, los chats, las redes sociales y los SMS. La RAE, considera admisible que se prescindiera de las mayúsculas en los mensajes de textos y en los chats, pero no en las comunicaciones electrónicas, en las que se deben aplicar con rigor las normas ortográficas.

El ciberlenguaje es un término innovador que deja de lado el aspecto normativo de la gramática al estar impregnado por una creatividad y creencias más permisivas por parte de los usuarios. Este lenguaje escrito ha sido considerado (Devís, 2004; Macfadyen & Doff, 2005; Martínez, 2010 y Betancourt, 2010) como un fenómeno que forma parte de la jerga utilizada en la red por usuarios no especializados, en el que se expresa un lenguaje adaptado a los usos y funciones del ciberespacio, que trata de representar posiblemente una situación real, es decir, una comunicación como la que se daría en una conversación cara a cara.

En la mayoría de los estudios analizados, existía una tendencia constantemente marcada en describir al ciberlenguaje como un intermedio entre la oralidad y la escritura. Esta particularidad se justifica si se considera que tradicionalmente el registro escrito ha servido como un modelo de expresión reflexivo, distante y como mínimo pseudoliterario, es decir, marcadamente formal. En contraposición, el registro oral se caracteriza por ser próximo, casi espontáneo y escasamente formal; en esta dicotomía se han basado figuras conceptuales como la de lengua/habla, que supone para la primera un alto grado de abstracción, reservando para la segunda un funcionamiento práctico, con una fuerte presencia de componentes gestuales no verbales y componentes verbales no textualizables (Mayans, 2002).

Algunos investigadores (Miraflores & Hernández, 2004; Macfadyen & Doff, 2005; Flores, 2006; Giammatteo & Albano, 2009; Yus, 2010; Berlanga & Martínez, 2010 y Betancourt, 2010) coinciden en señalar que el *ciberlenguaje* es una forma de comunicación escrita que permite el acercamiento de la oralidad a la escritura. Esto llama la atención, toda vez que en la enseñanza y el aprendizaje de la lengua es de vieja data, la fijación de límites entre el lenguaje escrito y el oral. En cambio, dichos límites tienden a desaparecer en el uso de esta modalidad discursiva con características de la escritura, porque este

hecho se puede conservar, pero a la vez también se mantiene un gran número de elementos de la oralidad (Betancourt, 2010).

El *ciberlenguaje* constituye un tipo de comunicación escrita deliberadamente informal, económica y creativa. Su objetivo es hacer la comunicación más expresiva, atractiva, flexible, lúdica e incluso más elocuente; su uso es deliberadamente coloquial, por ello es que captura algunos elementos de la oralidad. De acuerdo con Yus (2010), quien es considerado como uno de los pioneros en investigaciones de los nuevos usos que se le da al lenguaje en Internet, señala que este tipo de escritura es una nueva forma de comunicación con sus propios códigos que borra los límites entre oralidad y escritura. Hace hincapié en que este tipo de escritura es un híbrido entre la estabilidad de la escritura y la espontaneidad y lo efímero de la interacción oral.

Por su parte Macfadyen & Doff (2005) puntualiza que la comunicación que se da a través de la tecnología es la etapa intermedia entre las modalidades oral y escrita, en ella se considera importante diferenciar las características de la síncrona *-en línea-* y la asíncrona *-sin conexión-* de las comunicaciones digitales, donde se puede identificar el uso de una serie de sistemas gráficos de textos que los usuarios emplean cuando la comunicación es en línea; es decir, en tiempo real, donde probablemente no es la misma que se utiliza en la comunicación asíncrona, por ejemplo, por medio del correo electrónico, los blogs y las redes sociales.

En esta misma línea, autores como Betancour (2010), Macfadyen (2005), Mayans (2002) y Stewart (2011) expresan que gran parte de lo que se escribe en Internet es una representación oral, es decir, texto escrito oralizado. Señalan que esta novedosa forma de escritura además de incluir las palabras cortadas o deformadas, utiliza frecuentemente los emoticones que permiten a los usuarios expresarse oralmente a través de símbolos, con el objetivo de mostrar su alegría o entusiasmo al interactuar como lo harían en una conversación cara a cara.

A nivel comunicacional la característica más alejada de las interacciones orales es la ausencia de información extralingüística o paralingüística. La comunicación oral precisa de este tipo de informaciones, de los gestos, de la entonación, de las miradas, de los cuerpos, del ruido ambiental, del acento y de la cadencia de voz. Incluso en las conversaciones telefónicas en donde los interactuantes no pueden recurrir a la imagen física de su

interlocutor y la función comunicativa de los factores extralingüísticos es crucial (Mayans, 2002).

Los usuarios de las tecnologías de la información y comunicación tratan de resolver el problema de la ausencia física de la persona por medio de la invención de un código lingüístico descarnado pero muy eficaz, que reemplaza la mímica facial, de los gestos, de las pausas, de la entonación, con la puntuación y la invención de dibujos que puede ayudar a dar viveza a esta nueva y contraída forma de escritura, aún más contraída que el habla cotidiana, pero que parece ser a veces más eficaz que una conversación cara a cara (Betti, 2006). Es decir, los usuarios aceptan un simulacro en el que pueden gesticular, tocarse, caminar y hasta sentarse a llorar como si se tratara de algo real.

Parte de este simulacro que realizan los usuarios es caracterizado mediante los emoticones⁵. Éstos, presentan una serie de símbolos que sustituyen la ausencia de la comunicación oral tratando de hacerla, lo más humana posible. Los emoticones son considerados como “representaciones gráficas” o “textos icónicos” (Martínez, 2007), que se instauraron como un tipo de comunicación emotiva que trata de representar expresiones gestuales que intentan transmitir emociones y sentimientos.

El lingüista británico David Crystal (2014), señala que los rasgos distintivos de la comunicación escrita carecen de las expresiones faciales, la gestualidad y el lenguaje corporal. Puntualiza, que esta limitación condujo a la introducción de los emoticones, que constituyen una herramienta potencialmente útil de captar algunos de los rasgos faciales básicos en los que su papel semántico es limitado. Su uso puede transmitir importantes errores de percepción en cuanto a las intenciones del hablante, debido a que un emoticón puede prestar una gran variedad de interpretaciones (felicidad, tristeza, broma, solidaridad, placer, diversión, etcétera) que sólo pueden aclararse recurriendo al contexto verbal. Sin embargo, el lingüista señala que si no se tiene cuidado al utilizarlos, se pueden propiciar malentendidos.

En esta misma línea de trabajo Rocha (2004), determina que los emoticones son una forma de pertenencia dentro de una comunidad virtual, en la cual se “crean” expre-

⁵ Como parte del ciberlenguaje, los *emoticones* también conocidos como íconos emotivos, *smyles*, *emoticons* y *emoticonos*, son un neologismo que se forma como palabra compuesta a partir de los términos emoción e icono.

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

siones faciales con los recursos del teclado. Aquí la delimitación de la cara está dada por lo símbolos que permiten abrir y cerrar un paréntesis. Su representación completa es de forma horizontal para que ocurra la delimitación mencionada. A partir de esa base, existe una reelaboración mental de los gestos faciales mediante símbolos o letras, donde los interlocutores leen lo que desean leer, no lo que se intenta decir, los individuos, en su interés por relacionarse a través de la red, interpretan el mensaje como quieren o como a ellos les gustaría que fuese.

En contra parte, Torres i Vilatarsana (2001) establece que la gesticulación de los emoticonos, es una representación gráfica de uso convencional que tiene como materia prima los signos de los que se dispone en un teclado de un dispositivo electrónico. Define que las estrategias compensatorias que emplean los usuarios para sustituir la falta de información contextual, tales como los emoticonos y la acotación icónica, son estrategias que favorecen la comprensión del mensaje al posibilitar la meta representación de las intenciones que generara el enunciado. La autora realiza una clasificación de los emoticonos a partir de su funcionalidad pragmática, enumerándolos de la siguiente manera:

- 1) emoticonos que revelan la emoción del emisor
- 2) emoticonos de interpretación del mensaje.
- 3) emoticonos de complicidad.
- 4) emoticonos preservadores de la imagen del emisor y del receptor (la interacción).

Así mismo, Mayans (2002) señala que los emoticonos constituyen un recurso comunicativo potente directo, sencillo y útil dentro de un medio que no permite la gesticulación física. Además, cumplen un papel escenográfico y teatral importante en una conversación, ya que funcionan más como un simulacro que representa la capacidad expresiva y dinámica que en todo caso ocupa el vacío que la ausencia de gestos faciales físicos deja. No obstante, los emoticonos han acabado convirtiéndose en omnipotentes en comunicaciones mediadas por ordenador de todo tipo y registro desde el más coloquial hasta el más formal.

Hasta este punto del análisis, se puede observar como los rasgos representativos de la oralidad con frecuencia fueron relacionados con el ciberlenguaje. Esta tendencia se apoya en el binomio de la oralidad y la escritura, representando de alguna manera, una

de las principales particularidades de este lenguaje escrito. Otra de las características significativas observadas en los trabajos analizados, fue la dicotomía que existe entre la evolución e involución del lenguaje. Aquí surgen dos tendencias importantes: la primera fundamentada en el uso innovador del ciberlenguaje que lo describe como una forma diferente de comunicarse que no deteriora el lenguaje. Frente a la postura de quienes consideran al ciberlenguaje como una involución y deterioro de la lengua.

Investigadores sociales como Giammatteo & Albano, (2009), Stewart (2011); Cassany (2003) y Crystal (2005), se muestran a favor del *ciberlenguaje*. Ellos consideran que este tipo de escritura es una nueva forma de comunicación que utiliza vocablos que no degeneran el lenguaje natural, sino que por el contrario, se presenta como una variedad heterogénea, sumamente creativa y en evolución, que permite la generación de un “nuevo lenguaje que creció y continúa creciendo como consecuencia de los avances tecnológicos” (Stewart, 2011, p.9).

De acuerdo con Cassany (2003) y Crystal (2005) la transformación de las lenguas es un proceso normal que no supone un deterioro o decadencia. Las actuales tecnologías están generando una revolución en el manejo del lenguaje que responde a las limitaciones del espacio en que se establece, donde se busca la máxima expresividad con la mayor eficacia posible. Digamos que se está generando una nueva apropiación del lenguaje para la existencia virtual, pero no para la vida normal. “El cambio de las lenguas es inevitable, continuo, universal y multidireccional. Las lenguas no mejoran o empeoran cuando cambian, simplemente se transforman.” (Crystal 2005, pág.155.).

En este sentido, se considera que la comunicación al ser digital e interactiva está cambiando la manera en que se emplean las tecnologías de la información y comunicación, modificando así la forma de leer y en consecuencia también de escribir. Como lo plantea Lara (2008) se puede visualizar que en la actualidad no se lee o se escribe menos que antes de la irrupción de las tecnologías de la información y comunicación, que en realidad sucede lo contrario: se lee y se escribe más que nunca, pero en distintos soportes y medios.

En contra parte, existen también posturas opuestas que definen al *ciberlenguaje* como un atentado a la lengua. Crystal (2002), notifica que “algunos observadores se han mostrado horrorizados por la falta de respeto a las reglas tradicionales del lenguaje, mis-

mo que consideran una muestra inquietante del deterioro de los valores” (p.101). Otros señalamientos más directos emitidos por algunos puristas del lenguaje como Morales (2011) consideran esta forma de escritura como un factor negativo que contribuye a la degeneración del idioma e invalida las reglas ortográficas.

Morales, (2011) señala que el uso de las tecnologías de la información y comunicación están llevando a los adolescentes (hispanoparlantes y específicamente a los mexicanos) al uso de un lenguaje que degenera el idioma español, que si bien no es estático, sino cambiante a lo largo del tiempo, no se puede permitir que se modifiquen con términos tan variados como los utilizados por los chicos en el chat, en las redes sociales o en los mensajes cortos. La autora propone que para disminuir o eliminar la degeneración del español, los sitios de la red deberían de regular la escritura del español.

Si bien, estos cambios en el lenguaje han despertado el debate sobre si se trata de evolución o involución, no se puede discutir la practicidad y el ingenio en ciertos casos frente a la transformación de la lengua y la mutación hacia nuevas formas –la substitución de letras, la abreviación indiscriminada, la aparición de nuevos términos, entre algunos ejemplos–, o bien la tendencia a universalizar símbolos como los emoticones, que se entienden en cualquier parte del mundo más allá de la lengua que se hable y las creencias políticas, religiosas y culturales que se tengan (Parrilla 2008).

En la búsqueda de información, se encontraron investigaciones que analizan la presencia del ciberlenguaje desde distintos soportes y medios digitales de comunicación como el servicio de mensajes cortos o SMS, el *chat* o la mensajería instantánea, los *fotos*, y la red social *Facebook*. Estos soportes constituyeron una pieza clave para definir, qué medios serían los que se seleccionarían para realizar esta investigación.

Una de las principales vetas a explorar, fue la de estudios empíricos que centraron su interés en los cambios sustantivos del lenguaje a partir de la aparición del IRC⁶ -

⁶ Un chat de IRC (y en la mayoría de los sistemas) se estructura internamente en canales, ya sean estos estables (registros) o no. Un canal de estos no tienen existencia física de ningún tipo. No obstante, crea y define un espacio. Se asigna un carácter, un estilo, unas fronteras y unos «lugareños» más o menos prototípicos de algo. Entre todos ellos ayudan a construir el concepto de canal, que va más allá de la mera y mínima definición derivada del conjunto de instrucciones informáticas que hay en la base de su creación. Es perfectamente imaginable que un canal de chat sea algo como una formación grupal o incluso un modelo de comunidad (Mayans, 2002).

Internet *Relay Chat*-, considerando que el porcentaje más alto de las investigaciones encontradas se enfocó en el análisis de este medio de comunicación, el cual permite establecer una conversación de forma escrita en tiempo real.

Entre los principales soportes que se han analizado destacan las salas de *chat*⁷ (Ortiz, 2013; Noblia, 2009; López & Azcurra, 2009; Yus, 2010; Vásquez, 2010; Stewart, 2011) y los programas de mensajería instantánea como el Messenger (Rocha 2004). El chat es una forma de comunicación en la que los usuarios sostienen una conversación virtual, donde la oralidad es sustituida por la escritura, y la emotividad propia de la conversación verbal es remplazada por el uso de signos que representan expresiones faciales. Destaca que en este medio los usuarios han desarrollado el ciberlenguaje, incorporado una serie de códigos que sustituyen el lenguaje escrito convencional, buscando principalmente la brevedad y agilidad al digitar Vásquez (2010).

Rocha (2004) sostiene que el chat es un sistema de comunicación sincrónico, que posibilita la comunicación entre una o más personas, ubicadas en diferentes lugares. Donde el ciberlenguaje se impone poco a poco al interior de la misma comunidad pues supone gran economía de esfuerzo comunicativo. Es decir es un foro donde los sujetos participantes se muestran abiertamente para expresar distintas formas de sentir y de pensar, que se concibe como un sistema de comunicación cuya peculiaridad se localiza en el uso que hacen de él principalmente los jóvenes, pues sus prácticas le dan un sentido de pertenencia a un grupo dentro de una sociedad globalizada.

En este contexto Galera y Valencia (2010), define que el ciberlenguaje es un fenómeno cultural emergente derivado del lenguaje escrito que se utiliza en el chat, debido a que tiene la particularidad de ser un espacio donde confluyen una gama de signos y símbolos que son creados y usados por los internautas con el fin de economizar en el uso de los idiomas y como una forma de suplir la comunicación no verbal utilizada en las mediaciones corporales.

Sin embargo, estos soportes tecnológicos son fenómenos de moda que van cambiando conforme la tecnología avanza lo que ha ocasionado que los *Chat* o *IRC* sean

⁷ “El chat es una conversación o interacción social simbólica que se produce en un contexto comunicativo virtual. Para que estas conversaciones o textos virtuales existan es imprescindible que exista un sujeto de la enunciación y un sujeto de la recepción” (Galera, 2010).

abandonados casi por completo al tornarse aburridos y obsoletos. Siendo remplazados por nuevos medios de comunicación que ofrecen además de chatear otras aplicaciones como compartir información, fotos, videos, comentarios y juegos.

Otro grupo de estudios (Simón, 2011; Páez, 2006; Betti, 2006; Rocha, 2004; Stewart, 2011) centraron su interés en el análisis del ciberlenguaje utilizado en los mensajes cortos o SMS que se envían mediante el teléfono móvil. Desde este enfoque se considera que las primeras transformaciones y los cambios que presenta el lenguaje se dieron principalmente por la incorporación del sistema de mensajes de texto de teléfonos móviles. Betti (2006) y Stewart (2011) aseguran que los mensajes de texto se popularizaron debido al elevado costo de las llamadas, por ello el uso de los SMS aumentó en gran medida, teniendo como consecuencia que los usuarios acortaran las palabras, porque sólo se les permite escribir un límite de 160 caracteres por mensaje incluidos los espacios en blanco. En este sentido, consideran que la limitación de caracteres, el costo de los mensajes y la rapidez con que se envían los mensajes, contribuyeron para que el ciberlenguaje se popularizara.

Mante y Piris (2002), realizaron en Holanda una investigación sobre el uso de la mensajería móvil en jóvenes. Afirman que la comunicación a través de los SMS se ha convertido en el modo más popular de comunicación entre los jóvenes, al contar con algunas ventajas como la velocidad con que los jóvenes envían mensajes por este medio, el bajo costo de los mensajes y la practicidad de enviar un mensaje corto sin que sea necesario mantener una larga conversación para expresar sus ideas o satisfacer sus necesidades de comunicación.

En esta misma línea Páez (2006) señala que la tecnología a la cual tienen más acceso los jóvenes y adolescentes venezolanos es el teléfono móvil, definen a este soporte tecnológico como un instrumento social capaz de potenciar los vínculos que establecen entre ellos mismos, como una herramienta comunicacional que utilizan fundamentalmente con sus pares. Fundamenta que el uso de teléfonos móviles ha creado una nueva forma de comunicación no verbal taquigráfica que ha entrado con fuerza en nuestro mundo, dando vida a una nueva jerga juvenil enfatizada en la creatividad y la originalidad de los jóvenes.

Como complemento a esta postura, Betti (2006) puntualiza que los usuarios escriben y al mismo tiempo hablan a través de abreviaturas, signos y pequeñas figuras construidas con las teclas del teléfono, usan textos breves que vinculan contenidos muy variados fuertemente connotados desde el punto de vista emotivo. Considera que los SMS tienen en la actualidad la función que tenían antes de su llegada las cartas familiares, los telegramas, las postales, las cartitas y en algunos casos, también los acordeones que los adolescentes solían enviarse o pasarse debajo del pupitre cuando estaban en clase, donde los contenidos son los mismos, así como la forma lingüística pero ahora empleando una tecnología más avanzada.

Otro de los soportes que se ha analizado son los denominados *photologs*, su característica es que los usuarios publican fotografías diariamente acompañados de texto que permite describir los elementos visuales, las imágenes son fotos del escritor del texto, de sus amigos o seres queridos en situaciones relacionadas con la vida cotidiana, que se utilizan como recurso para provocar el acercamiento entre el productor y sus lectores potenciales. Los lectores pueden ser sus mismos amigos y otros usuarios que inmediatamente serán incluidos en esta categoría. La función de estos textos también apunta a la ampliación de la red de amistades; cada una de las fotos que el productor va anexando a la página virtual tiene la finalidad de invitar al lector a visitar el sitio para dejar sus opiniones y afianzar así la comunicación.

Para el 2009 Giammatteo y Albano analizaron el ciberlenguaje que se genera a través de los *photologs*, consideraron que las imágenes están asociadas con textos escritos que muestran una gran presencia de rasgos de oralidad. En estos textos no sólo se realizan prácticas comunicativas sino que también se manifiestan ciertas expresiones de afecto mediante el uso de diferentes códigos semióticos y una serie de estrategias lingüísticas para manifestar expresiones de afecto y proyectar su identidad grupal y social.

La última tendencia localizada es la relacionada con las redes sociales, esta tendencia fue muy limitada considerando que las redes sociales han ganado un lugar significativo entre los usuarios de las actuales tecnologías, debido a que potencian el intercambio y la colaboración entre los usuarios (Levato, 2013). Berlanga y Martínez (2010) en su investigación sobre "Ciberlenguaje y principios de retórica clásica. Redes sociales: el caso *Facebook*", señalan el espectacular auge que han alcanzado las redes sociales *on line*,

donde el discurso oral se ve enriquecido con el lenguaje icónico y el audiovisual, privilegiados en la cultura de hoy. En su investigación se preguntan si el discurso empleado en las redes sociales favorece el objetivo planteado por estas plataformas tecnológicas al ayudar a compartir información. Plantean algunos elementos teóricos del ciberlenguaje y la necesidad de aprovechar la potencialidad que brindan las redes sociales en cuanto a su capacidad de inmediatez, intuitividad e interactividad, para humanizar la conversación con lenguajes atractivos, eficaces, cercanos y correctos.

El análisis de los estudios encontrados permitió identificar las principales tendencias que han centrado su objeto de estudio en el ciberlenguaje desde distintos soporte digitales de comunicación. Cabe señalar que la mayoría de las investigaciones empíricas analizadas reflejaron su interés en el lenguaje que se genera a partir de la incorporación del chat y los mensajes de textos o SMS, pocos estudios son los que lo han abordado desde otros soportes como los fotolog y redes sociales. En este sentido, queda un vacío en relación a soportes que son utilizados de manera habitual como el correo electrónico y redes sociales en los que se sigue utilizando el ciberlenguaje.

1.1.2. Los jóvenes y el ciberlenguaje

Los estudios sobre juventud han logrado visibilidad en las Ciencias Sociales desde inicios del siglo XX, en México comenzó en la década de los setenta con los chavos banda o bandas juveniles, colectivos punks, cholos, pandillas, drogas, violencia, hasta llegar a los medios de comunicación. En tiempos actuales resulta necesario enfocar la mirada en cómo se han estudiado a los jóvenes no sólo en sus prácticas culturales, sino en sus dimensiones comunicativas y constructivas, para comprender la manera en cómo han desplegado su vida social y han habitado los distintos estratos espaciales en los que se mueven dentro de los mundos mediáticos, digitales e interactivos (Gómez 2007).

Los jóvenes de hoy en día, forman parte de las generaciones que han crecido con un amplio panorama, en cuanto a tecnologías de la información y comunicación se refiere; tienen una noción innata del manejo de computadoras, tabletas, reproductores de música, teléfonos móviles, videojuegos, entre otros. Utilizan estos dispositivos tecnológicos de forma tan natural que “parecieran tener un chip integrado” (Ruedas & Quintana, 2007) que se activa automáticamente con sólo tocar aquellos dispositivos. Es decir han adquirido la habilidad de usarlos de forma innata.

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

A partir del análisis realizado sobre estudios relacionados con el ciberlenguaje, se localizaron investigaciones que con frecuencia abordan el cruce entre tres principales variables: tecnologías de la información y comunicación, jóvenes y ciberlenguaje. (Albero, 2002; Corvera, 2004; Rocha, 2004; Betti, 2006; Lara, 2008; González, 2009; López & Azcurra, 2009; Berlanga & Martínez, 2010; Galera & Valencia, 2010 y Simon, 2011). En estos estudios, se evidencia la importancia que guarda para los jóvenes los medios de comunicación actuales analizados desde distintas perspectivas y desarrollados desde diversos escenarios y realidades sociales.

Esta confluencia de estudios, describe la consolidación de una cultura juvenil que permite a los jóvenes interactuar de formas diferentes a las que se venían practicando antes de la llegada de las actuales tecnologías. En esta sintonía, Albero (2002) señala que los jóvenes han integrado el Internet en sus prácticas diarias, utilizándolo a partir de los parámetros culturales ya existentes, pero logrando diferenciar la interacción que ellos tienen con el medio como propia de su generación, al grado que han apreciado en la red un vehículo más para encauzar sus intereses ya sea como grupo o como individuos.

Pero, ¿por qué son los jóvenes quienes más se interesan por estas prácticas?, González (2009) señala que algunos de los factores que justifican el interés que el uso de dispositivos tecnológicos despierta en los jóvenes, son el componente lúdico del conocimiento, su profunda imbricación en las estructuras del imaginario, la dimensión evocativa, el sentido, la aventura y el descubrimiento. Donde el aprendizaje y más en general el proceso del conocimiento no puede prescindir de la posibilidad de evocar y enriquecer los íconos de un imaginario que se ha ido sedimentando con las vivencias de cada sujeto.

En esta misma sintonía, Lara (2008) menciona que en España el Internet se está convirtiendo en la principal fuente de información para los jóvenes, quienes conviven con las tecnologías de la información y la comunicación de una manera natural. Asimismo, mantienen sus relaciones *online*, utilizan la red para sus necesidades informativas, tareas escolares y hasta decisiones de consumo de productos, en donde se visualiza que la mayor parte del intercambio comunicativo se hace a través de lenguajes multimedia, pero sin que este flujo merme la comunicación textual.

Los jóvenes no sólo se apropian de las herramientas tecnológicas y las usan con eficiencia, sino que además modifican sus formas de ver y leer el mundo (Vásquez, 2010),

construyendo así sus propias miradas frente a los actuales medios de comunicación. Su entorno, les permite adquirir otras habilidades para la construcción de significados, ahora las nuevas generaciones se comunican mediante mensajes de texto vía teléfonos móviles, el correo electrónico, el chat o mensajería instantánea y sitios de redes sociales. En estas plataformas los jóvenes utilizan textos con fines comunicativos y de socialización.

López y Azcurra (2009) afirman que muchas formas de actuar, sentir y expresar, particularmente de los jóvenes, pasan por el contacto con los nuevos dispositivos y formatos tecnológicos. Señalan que tanto para quienes están directamente involucrados con su uso regular, como para el conjunto de la sociedad, no pueden sustraerse a los efectos de allí derivados. Las investigadoras aseveran que debido al avance de la tecnología, ha surgido entre los jóvenes un nuevo lenguaje escrito que les permite interactuar sin estar físicamente presentes en el mismo espacio. Esta misma afirmación ha sido reforzada por autores como Rocha (2004), Berlanga & Martínez (2010), Betti (2006), Simón (2011), Galera & Valencia (2010), quienes consideran que son los jóvenes los principales usuarios en el uso de los medios de comunicación actuales y por ende, creadores y conocedores del ciberlenguaje.

En la búsqueda de información sobre el tema, se observó que se considera a los jóvenes como los principales usuarios del ciberlenguaje. Una de las vetas de investigaciones (Berlanga & Martínez, 2010; Betti, 2006 y Simon; 2011) describen al ciberlenguaje como una nueva jerga juvenil empleada en la red, que es “entendida como una variedad lingüística que es utilizada por determinados colectivos de jóvenes para comunicarse entre sí” (Berlanga & Martínez 2010), en donde los usuarios parecen no ser conscientes de que han creado una nueva forma de comunicación no verbal.

Betti (2006) señala que los jóvenes han creado esta nueva forma de comunicación no verbal taquigráfica, que ha entrado con fuerza en nuestro mundo, dando vida a una nueva jerga juvenil que ella define como “el lenguaje de los SMS”. Esta jerga utilizada en la red por usuarios no especializados es el ciberlenguaje, que se caracteriza por recurrir a las abreviaturas de modo poco canónico, por emplear los emoticonos o *smiles* (sonrisas) para expresar sentimientos y emociones, que confieren sensibilidad al mensaje. Su grafismo sencillo, útil y de fácil interpretación es la razón de su universalidad, por ser un len-

guaje que se redacta sin excesivo respeto por la ortografía ni por las reglas sintácticas (Berlanga & Martínez 2010).

Desde el ámbito educativo, se encontraron estudios empíricos (Domínguez & Mejuto 2004; Betti 2006; Navarro 2009; Berlanga & Martínez 2010; Simón 2011; Reviglio 2011; González Gramigna 2009 y Ortiz 2013) que abordan las posibles repercusiones que puede causar el uso del ciberlenguaje dentro de la vida académica de los jóvenes. Estos estudios parecen confluir en el análisis del ciberlenguaje, sin embargo cada uno le da su propio enfoque, algunos centran su interés en la sumisión a las reglas ortográficas y sus posibles repercusiones en los manuscritos de los estudiantes, mientras que otros se muestran interesados en saber si el uso del ciberlenguaje se han incorporado códigos que han transformado la escritura del español.

En México a comienzos de 2011, la Secretaría de Educación Pública (SEP) difundió la guía denominada "¿Cómo descifrar el lenguaje de tus hijos?", su objetivo fue servir de apoyo a los padres que enfrentan en esta nueva era digital diversos percances para superar la comunicación familiar, debido a que los niños y jóvenes de hoy en día han desarrollado una manera novedosa y creativa para comunicarse, escribiendo palabras y frases que frecuentemente a los padres les cuesta trabajo entender; esta sencilla guía recopila los caracteres, palabras y expresiones más comunes que utilizan los jóvenes frecuentemente para comunicarse por medio de servicios de mensajería instantánea, redes sociales, foros y SMS.

Dentro de la vertiente de estudios sobre ciberlenguaje existen investigaciones (Domínguez & Mejuto 2004; Páez 2006; Navarro 2009; Reviglio 2011 y Simón 2011) que hacen referencia a la brecha generacional. Domínguez y Mejuto (2004) señalan que en ocasiones los jóvenes utilizan el ciberlenguaje como un código escrito ininteligible para los adultos, lo que les permite disponer de un sistema críptico para expresarse. Argumentan que los jóvenes quieren construir conscientemente una barrera generacional, separándose de los adultos, procurando ser comprendidos sólo por quienes tienen edades similares supuestos coparticipes del ciberlenguaje. Este tipo de comunicación se ha convertido en una de las señas de identidad de los tiempos modernos y está afectando los hábitos sociales y entre ellos, la manera de hablar y comunicarnos.

En esta misma línea, Navarro (2009) dentro de su investigación describe al ciberlenguaje como un lenguaje generacional, que pertenece al paradigma de las tecnologías de la información y comunicación. En su estudio aborda la barrera generacional que se presenta entre profesores y estudiantes por el uso del ciberlenguaje, argumentando que los estudiantes pertenecen al paradigma de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, mientras que los docentes, en su mayoría pertenecen a la generación de la televisión.

La brecha aparente entre los modos de uso del lenguaje de los jóvenes y de los adultos se presenta como uno de los factores que dificultan la comprensión intergeneracional (Reviglio, 2011, p.16). A pesar que se encontraron algunos estudios que abordan la brecha generacional, entre jóvenes y adultos por el uso del ciberlenguaje que emplean en las comunicaciones tecnológicas. Se pudo observar que existe un vacío de información sobre este tema, debido a que no se les ha dado el mismo peso a los adultos dentro de las investigaciones. Este vacío abre una veta importante que puede ser explorada, al no existir estudios sistemáticos al respecto.

1.1.3. Tendencias metodológicas en el estudio del ciberlenguaje

Metodológicamente el ciberlenguaje se ha abordado desde distintas perspectivas, las tendencias encontradas, analizan las transformaciones del lenguaje que se dan mediante el uso de las tecnologías y de la información y comunicación. Los estudios se centran principalmente en un análisis interpretativo que va desde los métodos de observación, observación participante y entrevistas en profundidad. El análisis de los datos se obtiene por medio de la interfaz de red, mediante los usuarios que participan en ella.

Dentro de las investigaciones encontradas existe una tendencia marcada que realiza el análisis del discurso considerando tres variables: la sintaxis, la semántica y la pragmática (Rocha 2004; Páez 2006; Berlanga & Martínez 2010), mientras que otros lo hacen a través del análisis lingüístico y semiótico utilizando los métodos de observación, así como también observación participante, entrevistas en profundidad y análisis documental (Noblia 2009 y Galena 2010). Por otra parte se encuentran los que recurren al análisis de contenido, como el caso de Rocha (2004) quien utilizó este método para analizar la comunicación de manera sistemática, objetiva y cuantitativa, con el propósito de encontrar variables de medición.

En el 2006, Páez realizó una investigación de corte cuantitativo mediante grupos focales, en la que se analiza la relación que existe entre jóvenes y las tecnologías de la información y comunicación en diversos escenarios y realidades sociales en los cuales se evidencia el importante rol que juega esta relación en su vida, tomando en cuenta las limitaciones que impone la brecha digital, la metodología que utilizó fue el análisis del discurso considerando las reglas sintácticas, semánticas y pragmáticas del lenguaje.

Por su parte Galera (2010) en su estudio sobre el “Nuevo escenario de socialización del lenguaje. El chat y los adolescentes” consideró que para el análisis de su investigación se tomaría en cuenta la conversación, es decir, las microestructuras semánticas. Éstas son estructuras locales de un discurso para poder especificar el sentido global, éste debe derivar de los sentidos de las oraciones del discurso o texto. Señala que se habla de texto y no de discurso porque las unidades significantes o significativas no están conformadas únicamente por el código lingüístico, sino que también están compuestas de grafemas, íconos y música; es decir, el lenguaje ya no se transmite únicamente de forma escrita o hablada.

Noblia (2009), estudia como los participantes de una comunicación virtual, mediada por el chat, pautan su interpretación y definen sus identidades. Este trabajo se inscribe en el marco teórico y metodológico del análisis crítico del discurso, cuya fortaleza explicativa se basa en los teóricos Van Dijk, (2003), Halliday & Matthiessen (2004) y Goodwin (2001), de los cuales toma fundamentos epistémicos básicos para acercarse al análisis crítico del discurso que, a su vez, es un insumo fuerte para abordar la propuesta base de esta investigación como aproximación multidisciplinaria a la integración de teorías y métodos que contribuyan a la explicación e interpretación de los lenguajes multimodales de los formatos chat desde una perspectiva sociosemiótica.

López y Azcurra (2009) analizaron los efectos en el lenguaje escrito que los adolescentes utilizan mediante las tecnologías de información y comunicación. El método que utilizaron para el análisis fue la revisión de apuntes y exámenes, así mismo entrevistaron a profesores y encuestaron a 20 alumnos. Según las respuestas de los docentes, concluyen que la tecnología definitivamente influye solamente en el lenguaje escrito de los alumnos y no en el lenguaje oral. Por su parte Ortiz (2013) considera relevante en su estudio, el análisis sociosemiótico de los usos de los lenguajes virtuales desarrollados en el

formato del chat. Su investigación se centra en lograr un impacto teórico-metodológico desde los postulados de la estructura del giro semiótico y el análisis del discurso en contextos ciberculturales, a partir de la etnografía virtual, con el propósito de reconocer, vivenciar y reconstruir los giros de los lenguajes y alternativas en la nueva era de la comunicación, donde el sujeto es el protagonista como resignificador de cultura.

Mayans (2002) desde una clara fundamentación teórica de base antropológica, describe la manera en que los usuarios del chat enfrentan nuevos espacios de conversación interactiva y la forma en que se recrean los recursos lingüísticos. Su valor radica en las lecturas antropológicas que desarrolla, utilizando como método de análisis la etnografía y poniendo de relieve el proceso de sociabilidad online. En esta misma línea Palazzo (2008) tomo como herramientas analíticas y metodológicas principalmente el análisis del discurso y la pragmática en articulación con la etnografía, la sociolingüística, la ciberpragmática y la sociología, en torno al concepto operativo que denomino ciberdiscurso juvenil.

La ciberpragmática es el término que Francisco Yus (2010) acuña para remitirse al uso del lenguaje en el contexto de las nuevas tecnologías, centrando su análisis en el marco de la pragmática cognitiva, específicamente en la teoría de la relevancia de Sperber y Wilson (1986); dicha teoría pone el acento en los procesos mentales que contribuyen a interpretar lo dicho antes que lo implícito mediante la relevancia de la intención informativa sumada a la intención comunicativa. En sintonía Crystal (2001), Mayans (2002) y Palazzo (2008), enfocaron sus estudios desde perspectivas teóricas disímiles, que van desde la pragmática de corte cognitivo hasta el papel que desempeñan los medios de comunicación en los jóvenes, estos estudios se han centrado en establecer la estructura entre la oralidad y la escritura, considerando el ciberlenguaje como un nuevo género discursivo de carácter híbrido.

Los trabajos empíricos analizados para este estudio, constituyeron un importante precedente para lograr la consolidación y el diseño la investigación, se logró distinguir las diferentes perspectivas desde donde se había abordado el ciberlenguaje, así como los vacíos de información que existen sobre el tema. Se fue acotando la construcción del problema privilegiando los aspectos del objeto de estudio que no se había explorado antes con el objetivo de darle un enfoque distinto. Finalmente se plateo el problema de esta in-

vestigación centrando como punto medular la apropiación del ciberlenguaje utilizados en tres soportes de comunicación: los mensajes cortos de telefonía móvil, la red social *Facebook* y el correo electrónico, desde dos perspectivas distintas, la primera integrada por jóvenes y la segunda por adultos, como se muestra a continuación.

1.2. Planteamiento del problema. El ciberlenguaje utilizado en espacios digitales como medio de comunicación y socialización.

La presente investigación se diseñó con la inquietud de indagar el papel del ciberlenguaje utilizado por los jóvenes y los adultos en los actuales medios digitales de comunicación, buscando plantear interrogantes que ayudaran a entender la naturaleza propia de este fenómeno. Realizar el estudio no fue tarea fácil debido a la diversidad de vetas y enfoques desde donde podía ser analizado. En este sentido, resultó imprescindible acotar y delinear los ejes, para así construir desde lo empírico una problemática que tuviera un enfoque único que lo diferenciara de los demás trabajos realizados en esta sintonía.

Para lograrlo, como ya se mencionó con antelación, la tarea inicial consistió en realizar una búsqueda exhaustiva de los estudios precedentes sobre el tema, esta revisión de literatura ayudó a descubrir información relevante de las distintas disciplinas desde donde se había abordado el asunto del ciberlenguaje, así como los vacíos de información que existían⁸. De esta forma, las primeras delimitaciones se proyectaron en varios sentidos: por una parte se definió que los sujetos de estudio fueran dos grupos de edad, el primero conformado por jóvenes y el segundo por adultos⁹, así mismo se determinó analizar tres de los soportes o medios de comunicación más utilizados en la actualidad: los mensajes cortos de telefonía móvil, la red social *Facebook* y el correo electrónico, los cuales fueron seleccionados con base en estadísticas recientes, para finalmente comparar analíticamente las diferencias entre los dos grupos de edad.

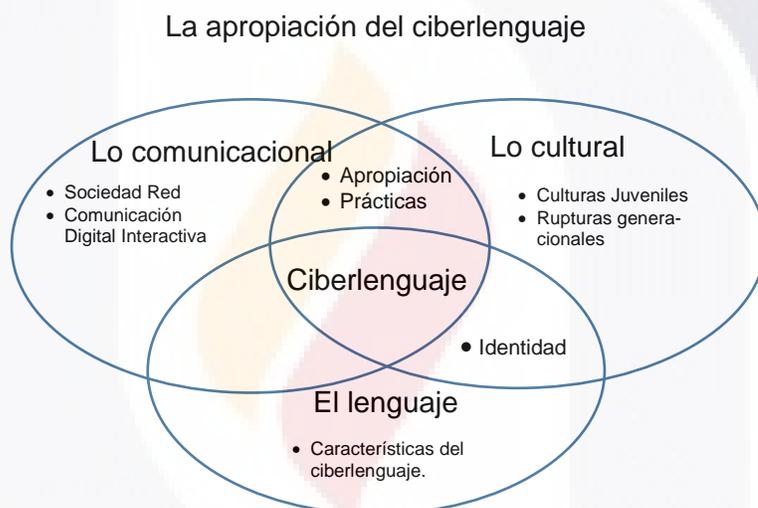
Construir el objeto de estudio trajo consigo una serie de tensiones. Era evidente que se quería trabajar el ciberlenguaje a partir de lo mediático, pero resultaba complicado

⁸ Las diversas perspectivas desde donde se ha abordado el asunto del ciberlenguaje se desarrollan con mayor amplitud en el apartado anterior de este mismo capítulo “Revisión de literatura. El estudio del ciberlenguaje”.

⁹ En un inicio se había contemplado trabajar sólo con jóvenes considerando empíricamente que eran ellos quienes utilizan con mayor frecuencia el ciberlenguaje. Sin embargo, tras realizar la revisión de literatura se determinó que era necesario incluir a los adultos en el análisis debido al número limitado de estudios que los habían contemplado.

definir en sentido más amplio qué otras perspectivas incluir, por lo que fue necesario acotar y precisar el problema empírico estableciendo categorías que ayudaran a indagar en la realidad. Conceptualmente en un inicio el problema de investigación se desdobló en varios problemas, primero el asunto de lo mediático y su relación con lo socio-cultural y el lenguaje, así como sus vetas, jerarquías y relaciones. Por otra parte, el trabajo teórico y empírico no estaba claro, su lógica fue cambiando en el trascurso de la investigación hasta encontrar una relación más nítida entre estos enfoques.

El esquema que se presenta a continuación permite visualizar sintéticamente los principales elementos con los cuales se construyó el problema empírico de este estudio, tratando de hilar cada uno de ellos y buscar su complementación.



Lo mediático, lo socio-cultural y el lenguaje, constituyeron los ejes centrales para conformar los marcos teóricos y metodológicos adecuados del estudio, considerando en todo momento al ciberlenguaje como el eje rector. El asunto de lo mediático cobró particular relevancia, debido que guardaba una estrecha relación con los demás elementos, desde un inicio se consideró abordar lo mediático específicamente desde la comunicación, tomando en cuenta que el ciberlenguaje es una forma de escritura que es utilizado con frecuencia en diferentes medios digitales de comunicación. Había que asumir la tarea de estudiar esta relación y su realidad desde distintas perspectivas, esto llevo a trabajar, en cómo se constituye el ciberlenguaje y cómo se apropian de él los sujetos de estudio. En este sentido, “la apropiación” se situó en un elemento esencial para la investigación, siendo necesario en un primer momento entender cómo se apropian de las tecnologías tanto

jóvenes como adultos, para posteriormente comprender cómo se apropian del ciberlenguaje y en qué tipo de “prácticas” se usa.

Había que asumir una postura clara con relación al “lenguaje”, esto representaba un problema significativo, debido a que el estudio no intentaba dar explicación desde la lingüística, sin embargo guardaba una estrecha relación con el ciberlenguaje, al ser considerado como un lenguaje escrito o variación de la lengua que se utiliza en distintos medios para comunicarse e interactuar. En este sentido, resultaba imprescindible elegir que metodologías y teorías incluir sin perder de vista el objetivo planteado, es decir, tratando de darle un enfoque desde lo sociocultural y la comunicación.

Por otra parte, era fundamental abordar el asunto de lo socio-cultural y su relación con lo mediático, específicamente desde lo comunicacional. Esto implicaba considerar las nuevas posibilidades que abren los medios digitales de comunicación que están emergiendo, los cuales son utilizados con frecuencia como medios para relacionarse y socializar. Es decir, había que reflexionar cómo a partir de lo mediático se generan “nuevas formas de relaciones sociales” y prácticas entre las personas para comunicarse, lo que a su vez permite la concepción de un tipo distinto de actores sociales que se desenvuelven dentro de diferentes entornos socio-culturales, pero que al mismo tiempo conciben agrupamientos colectivos a partir de las “prácticas mediáticas” que realizan.

La perspectiva cultural del fenómeno se colocó en uno de los problemas centrales de la investigación, su pertinencia se da a partir de su relación implícita que tiene lo mediático para la comunicación, la socialización y para construir una identidad entre quienes emplean estos medios para comunicarse. Había que asumir la tarea de estudiar estas nuevas estructuras sociales, pero desde sus dimensiones comunicativas, para de esta forma lograr comprender la manera en que los sujetos de estudio se comunican en los mundos mediáticos, en donde el ciberlenguaje está presente. Lo que implicaba por una parte entender las actuales dinámicas de comunicación y las prácticas mediáticas que realizan, para posteriormente definir si era un asunto “etario”, o de “identidad” y si existían diferencias generacionales¹⁰.

¹⁰ Para esta investigación se hace referencia a lo generacional para distinguir dos grupos de edades distintos (jóvenes y adultos) y no desde la teoría de las generaciones.

El estudio también afrontó metodológicamente algunas problemáticas, en un inicio no se tenía claro cuál era el enfoque que se le daría a la investigación, ni las estrategias que se utilizarían para la recolección y análisis de los datos. Resultaba necesario encontrar las bases teóricas, para poder establecer una metodología adecuada que permitiera dar respuesta a cada uno de los objetivos diseñados para la investigación.

Siguiendo este orden de ideas, a continuación se plantea en términos teóricos y empíricos cada uno de los elementos desde donde se construyó el problema, tratando de describir de forma introductoria por niveles los principales argumentos y conceptos que fundamentaron el trabajo, mismos que se discutirán con mayor amplitud dentro del marco teórico y la metodología.

1.2.1. El ciberlenguaje

Asumir la tarea de estudiar el ciberlenguaje representó uno de los principales retos de la investigación, desde el inicio se planteó enfocar el estudio a partir de lo mediático y más específicamente desde la comunicación, no se podía perder de vista que esta forma de escritura no surge en los actuales medios digitales de comunicación, ni es exclusiva de estos medios. Por ejemplo, desde la década de los ochentas ya se utilizaba este tipo de escritura pero a partir de una técnica o tecnología diferente como el chismógrafo¹¹, sin embargo con la incorporación de los medios digitales, el uso de este lenguaje se vuelve emergente, planteando nuevos retos y prácticas.

Había que considerar como en la coyuntura actual se ven reflejados nuevos lenguajes mediáticos, caracterizados por la interacción en entornos virtuales, en los que se destaca una comunicación que posee mayores niveles de contextualización al combinar lo oral, lo escrito y lo visual. Esto permite que la comunicación no sólo sea el texto, sino que también incorpora la información contextual, que proviene de la conducta no verbal, vocal y visual en situaciones de co-presencia¹² física, que ayuda a las personas a comunicar

¹¹ El chismógrafo es un cuadernillo que utilizan los jóvenes para hacer una serie de preguntas (anotando una pregunta en cada hoja y numerando las respuestas), con el objetivo de obtener información de sus amigos sobre sus gustos, pensamientos, debilidades, molestias, etc. El cuadernillo se pasa entre varias personas y cada una anota sus respuestas, de tal forma que la persona que va contestando las respuestas puede leer lo que contestaron los demás.

¹² El empleo de la co-presencia se ancla en las modalidades perceptuales y comunicativas del cuerpo, aunque éstas existen sólo en un contacto inmediato entre los que están físicamente presentes, en la era moderna se vuelven posibles contactos mediatos que dan lugar a algunas de las intimidades de co-presencia gracias a las comunicaciones electrónicas (Giddens, 2006).

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

sus pensamientos de una forma más eficiente (Yus, 2010). Las opciones que ofrecen las tecnologías de la información y comunicación generan otras formas de interactuar, utilizando lenguajes variados adaptados a las necesidades, comodidades y posibilidades de los usuarios.

El uso de los medios técnicos de comunicación puede alterar la dimensión espacial y temporal de la vida social. Permitiendo a los individuos comunicarse a lo largo de amplios tramos de espacio y tiempo, el uso de los medios técnicos individuales permite a los individuos trascender las fronteras espaciales y temporales que caracterizan la interacción cara-a-cara. Al mismo tiempo, permite a los individuos reordenar las características espaciales y temporales de la organización social, y utilizar estas características reordenadas como medios para alcanzar sus objetivos (Thompson, 1998, p.59).

De esta forma “el ciberlenguaje”, se coloca como el objetivo central de esta investigación. Este lenguaje responde a un estilo diferente de comunicarse, puesto que es absolutamente permisible al romper la rigidez de la sintaxis de la lengua, permitiendo que el orden estructurado en la forma de escribir se vuelva mucho más flexible, debido a que lo importante es la sencillez y rapidez de las conversaciones.

Esta tendencia a la economía de la lengua, resulta aceptable por lo práctico e incluso ingenioso que llega a ser. En ciertos casos el sistema comunicativo se transforma y sufre mutaciones para buscar otras formas de economizar y de transmitir un mensaje, o bien por la tendencia a universalizar símbolos como los emoticones, que permiten reemplazar las expresiones faciales y gestos, que además pueden ser entendidos en cualquier parte del mundo más allá de la lengua que se hable, que a diferencia de los gestos y señales de las lenguas naturales tienen una variabilidad de una lengua a otra, e incluso de un dialecto a otro.

El ciberlenguaje ha sido considerado gramaticalmente informal (Berlanga & Martínez, 2010; Betancourt, 2010), este hecho ha permitido que se realicen investigaciones que ayuden a entender el significado de las palabras y de los emoticones utilizados en estos medios. Por ello, “se han inventado y reunido cientos de expresiones y secuencias lúdicas en diccionarios de *smileys*, algunas extremadamente ingeniosas o artísticas, que constituyen un intento potencialmente práctico, pero muy rudimentario de capturar algu-

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

nos de los rasgos básicos de la expresión facial” (Crystal, 2005, p.95), es decir buscan una comunicación intermedia entre la oralidad y la escritura.

Explicar teóricamente al ciberlenguaje, representó un reto significativo, era necesario buscar los marcos teóricos adecuados que permitieran dar explicación al problema desde la lingüística pero sin perder de vista que el objetivo del estudio estaba enfocado principalmente desde lo social y la comunicación. En este sentido se decidió retomar la propuesta de Francisco Yus (2001) quien dentro de su estudio acuña el término de ciberpragmática para remitirse al uso del lenguaje en el contexto de las nuevas tecnologías. El autor trata de aplicar al discurso de los usuarios de Internet a partir del aparato teórico de la pragmática cognitiva.

1.2.2. Sociedad red y la comunicación digital interactiva

Para llevar a cabo el estudio fue importante retomar dentro de la problemática el papel que juega el ciberlenguaje en cómo nos relacionamos, había que asumir una postura clara sobre la relación tan estrecha que guardan en la actualidad los “medios digitales de comunicación” y las “relaciones sociales” que se dan a partir del uso de estos medios. Esto implicaba sostener teóricamente este fenómeno para lograr entender los “diferentes factores que han contribuido para colocar a la información y la comunicación como el núcleo de la dinámica socio-cultural” (Sagástegui, 2005, p.1). Teniendo como precedente que con la llegada de la digitalización se da una revolución¹³ tecnológica, caracterizada por la producción y distribución de información, originado cambios en todas las esferas: económicas, políticas, sociales y culturales, que permiten nuevas formas de organización y comunicación.

Se tenía claro que no se podía generalizar, ni se podía profundizar en las diversas transformaciones que la tecnología ha provocado en todos los sectores. Por lo que era necesario acotar y enfocar la mirada desde la “comunicación” y más específicamente en la aparición de plataformas o medios digitales de comunicación que hacen posible nuevas dinámicas de interacción y tipos de relaciones sociales.

¹³ De acuerdo con Sfez (2005), la revolución supone un cambio completo, multisectorial e interconectado, donde lo político, lo económico, lo técnico, lo social y lo cultural se transforman radicalmente al mismo tiempo (p.38).

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

Teniendo en cuenta que a lo “largo de la historia del ser humano siempre ha estado presente la innovación en su capacidad de comunicar, mediante los soportes materiales de la comunicación” (Padilla, 2008, p.135). Estos aspectos han sido visibles desde las primeras formas de impresión hasta los recientes tipos de comunicación, constituyendo parte integral del surgimiento de las sociedades contemporáneas (Thompson, 1998), donde cada tecnología o técnica¹⁴ como la denomina Sfez (2005) se han convertido en parte integral del desarrollo de las sociedades y de esta forma a cada tecnología le ha correspondido un tipo de civilización específica.

En tiempos actuales, se puede observar que el desarrollo de la tecnología ha producido cambios comunicativos comparables a los originados en el siglo XV por la imprenta de Gutenberg, la cual fue denominada como una tecnología novedosa que tuvo un efecto trascendental en la historia de las comunicaciones, lo que permitió dar paso hacia una cultura escrita, en la cual las personas ya no únicamente conocían lo que habían visto o lo que les habían contado, sino que a través de los libros, el conocimiento se podía transmitir de una forma portátil, duradera y disponible (McLuhan, 1972).

De acuerdo con Thompson (1998), el desarrollo de las primeras formas de telecomunicación, tales como el telégrafo y el teléfono, lograron un significativo acercamiento espacial en el que los retrasos temporales eran virtualmente eliminados. Por lo que en la segunda mitad del siglo XIX fue particularmente significativo el desarrollo de la tecnología de las telecomunicaciones, su advenimiento desembocó en la separación espacial y temporal, en el sentido de que la distancia espacial dejó de requerir distancia temporal. La información y el contenido simbólico podían transmitirse a través de vastas distancias con relativamente poco retraso. Una vez que se instalaron los cables de transmisión, los mensajes pudieron transmitirse con la mínima demora que requería el proceso de codificación y descodificación de la información.

En este sentido, el desarrollo de los medios de comunicación desde las primeras formas de impresión hasta los recientes tipos de comunicación, constituyen parte integral del surgimiento de las sociedades modernas. Donde el distanciamiento espacial ya no es un obstáculo para comunicarse, al permitir ir más allá de la interacción cara a cara. Por lo que comprender la naturaleza de la modernidad y las condiciones de vida creadas por

¹⁴ Los procesos técnicos *teorizan concretamente* lo que se llama “Progreso” (Sfez, 2005, p.34)

ella, conceden un papel central al desarrollo de los actuales medios digitales de comunicación.

Se puede comprender el impacto social del desarrollo de nuevas redes de comunicación y de flujo de información, sólo si se deja de lado la idea intuitivamente plausible de que los medios de comunicación, sirven para transmitir información y contenido simbólico a individuos, cuyas relaciones con los otros se mantienen fundamentalmente inmóviles. Se debe ver, en vez de ello, que el uso de los medios de comunicación implica la creación de nuevas formas de acción e interacción en la sociedad, nuevos tipos de relaciones sociales y nuevas maneras de relacionarse con los otros y con uno mismo (Thompson, 1998).

Galindo (2006) señala que la gran diferencia de sociedades anteriores y la actual, es la complejidad de estos órdenes de contacto e interacción. El autor argumenta que la ecología de información, ha crecido de una forma impresionante y ha estimulado y reconfigurado simultáneamente a la diversidad, creando puntos de contacto antes inexistentes, siendo posible que multitudes se pongan en contacto simultáneamente, más allá del límite espacial y con posibilidades interactivas, ahora se puede conversar con sólo estar conectado en la red, todo esto sin desplazamiento físico por el espacio real de los cuerpos y sus limitaciones.

Estas formas de “interacción” cobraron particular relevancia para el estudio, había que remitirse a lo actual para poder entender las posibilidades que abren los medios digitales de comunicación que están emergiendo, al contar con “nuevas formas de interacción” y “nuevos tipos de relaciones sociales”, en las que se hace posible alterar la dimensión espacial y temporal de la vida social. Es decir, aquellas tecnologías que permiten distintas posibilidades de relacionarse con otros que están ubicados físicamente en lugares distantes, lo que a su vez, está asociado con el surgimiento de las sociedades modernas enfocadas en el crecimiento de las redes de comunicación, el flujo de información y la digitalización.

Para poder justificar estas transformaciones que empíricamente se consideraban importantes para el estudio, fue necesario buscar un marco teórico adecuado que permitiera entender los cambios sociales que se han generado a partir de esta revolución tec-

nológica y la digitalización. En este sentido, las aportaciones de Manuel Castells (2008) con su teoría de la sociedad red fueron fundamentales.

Castells (2008) señala qué desde finales del siglo XX se está generando una revolución tecnológica que gira en torno a las tecnologías de información y comunicación, la cual ha modificado la base material de la sociedad a un ritmo acelerado en el que se introduce una nueva forma de relación entre economía, Estado y sociedad, donde los cambios sociales son tan espectaculares como los procesos de transformación tecnológicos y económicos, mismos que están generando entre otros factores, un nuevo sistema de comunicación que habla cada vez más un lenguaje digital universal, que integra globalmente la producción y distribución de palabras, sonidos e imágenes de nuestra cultura, acomodándolas a los gustos de las identidades y temperamentos de los individuos.

La conformación de la sociedad red es en esencia una etapa de transición de una sociedad industrial basada en la producción de bienes materiales, a una sociedad fundamentada en la producción de bienes de información, propulsada por las tecnologías de la información y comunicación, características del paradigma del informacionalismo. Es decir, una nueva estructura social que plantea una revolución tecnológica y el surgimiento de un modo de desarrollo con elementos de una teoría transcultural y exploratoria sobre la complejidad de una nueva economía, sociedad y cultura que es la que determina a la sociedad actual. Este paradigma, describe un escenario de representación social construido a partir de múltiples campos, regido por reglas y fundamentado a partir de relaciones de poder¹⁵.

En el contexto de la sociedad red, los medios digitales de comunicación juegan un papel importante en la emergencia de nuevas formas de comunicación, contribuyendo a la transformación del sistema mediático, en el que la digitalización de las comunicaciones y

¹⁵ Castells (2008) señala como a lo largo de la historia, la comunicación y la información han constituido fuentes fundamentales de poder y contrapoder, de dominación y de cambio social. El poder y la política se deciden en el proceso de construcción de la mente humana a través de la comunicación. En el tipo de sociedad actual, los medios de comunicación de masas son decisivos en la formación de la opinión pública que condiciona la decisión política. La política es sobre todo política mediática, lo cual tiene consecuencias importantes sobre la política misma, ya que conduce a su personalización y a la política del escándalo. La actual transformación de la tecnología de la comunicación en la era digital amplía el alcance de los medios de comunicación a todas las esferas de la vida social en una red que es a un tiempo global y local, genérica y personalizada según un patrón siempre cambiante. Como resultado, las relaciones de poder, es decir, las relaciones que constituyen los fundamentos de toda sociedad, además de los procesos que desafían las relaciones de poder institucionalizadas, que se determinan y deciden cada vez más en el campo de la comunicación.

la creación de una red mundial integrada, han provocado el surgimiento un nuevo tipo de comunicación que Carlos Scolari (2008) define como “comunicación digital interactiva”, que describe:

La aparición de una nueva generación de medios digitales interactivos ya no basados en la lógica del broadcasting,¹⁶ sino en un modelo comunicacional totalmente innovador, fundado en las redes y la colaboración de los usuarios, que está desafiando nuestro conocimiento sobre los viejos medios de comunicación de masas (Scolari, 2008, pp. 31,32).

En este sentido, se consideró integrar en el estudio la comunicación digital interactiva que se desarrolla teóricamente desde las hipermediaciones. Este concepto marca un territorio teórico-contextual para encuadrar las investigaciones sobre la nueva ecología mediática¹⁷, constituyendo un nuevo escenario que genera transformaciones trascendentales en la comunicación entre personas. Caracterizado por la hipertextualidad dentro de un contexto de convergencia de lenguajes y medios, que permite la combinación de textos tradicionales que antes sólo podían ser lineales, así como la posibilidad de que la comunicación ya no se dé únicamente de uno a muchos, sino también de muchos a muchos, lo que conlleva a la interactividad del receptor activo que tiene la capacidad de producir y modificar contenidos comunicativos, dejando atrás al receptor pasivo que sólo recibía información sin poder interactuar.

Este fenómeno, ha traído consigo una serie de cambios en los que se establece “un nuevo escenario de las relaciones sociales” (Galindo, 1997, p.12), donde las sociedades previas van reconfigurando el espacio social y sus reglas hacia otras, en la que los propios integrantes son quienes potencian el crecimiento y desarrollo mediante el contacto y uso de los medios actuales de comunicación.

¹⁶ **Broadcasting** (literalmente *lanzar ampliamente*) es un término inglés que designa generalmente la emisión de señales de radio y televisión para uso público generalizado o muy amplio. En español, a veces, se usa *radiodifusión*, aunque esta palabra está asociada generalmente a las emisiones de radio; el *broadcasting*, en cambio, puede hacerse por medios técnicos distintos a las radiofrecuencias, como por ejemplo Internet o cable. Fuente: <http://es.wikipedia.org/wiki/Broadcasting>

¹⁷ Durante las dos últimas décadas Scolari ha sido uno de los principales defensores de esta mirada ecológica de los medios de comunicación, aboga por un acercamiento al fenómeno mediático a través de ecológica. Esta metáfora ayuda a comprender mejor, el conjunto de interrelaciones sociales, tecnológicas, culturales y económicas que caracterizan al universo de la comunicación a través de diferentes dispositivos técnicos.

La interacción de varios sistemas de comunicación en una red interactiva, que es capaz de desarrollar un hipertexto con un lenguaje universal, completamente nuevo que integra la escritura, la oralidad y lo audio-visual en un mismo sistema comunicativo. Esta fusión de texto, sonido e imagen en un espacio interactuando desde lugares diversos, [...] transforma definitivamente no sólo la comunicación, sino las culturas y en ellas como corolario de las identidades (Martínez, 2006, p. 47).

De esta manera, la comunicación se convierte en multimedia al tener la capacidad de incluir en un mismo soporte información no sólo de textos, sino también sonidos, imágenes y vídeos, que brindan la posibilidad de acceder a nuevas formas de consumo mediático, más participativas que los propiciados por los medios de masas. Las nuevas formas de la comunicación, ahora son dimensiones digitales e interactivas que establecen otra forma de interactuar “como un proceso multidimensional que va desde los aspectos de las mediaciones tecnológicas hasta la expresión multimedia” (Cebrián, 2009, p.17), donde los usuarios interactúan con la tecnología de manera automática, modificando sus relaciones, convirtiéndose en productores de mensajes y difusores de documentos visuales, como fotografías, documentos audiovisuales y vídeos.

El pasar de lo análogo a lo digital a través de Internet, ha logrado el incremento de la interactividad e intercambio de información, convirtiéndose en un espacio que permite la confluencia de distintas tecnologías, abriendo nuevas posibilidades a las personas de interactuar y comunicarse, donde ya no se puede concebir por separado los textos, las imágenes y la digitalización. Esta interactividad permite que los usuarios dejen de ser pasivos y se conviertan en activos, al poder realizar múltiples actividades al mismo tiempo, es decir pueden leer el correo electrónico, ver videos, descargar música, tomar fotos, acceder a redes sociales y hasta comunicarse con varios a la vez, todo desde un mismo dispositivo.

En este sentido, entender el papel protagónico que juegan los medios digitales en las formas de comunicación entre personas y el entorno de la sociedad red, cobró relevancia cardinal para el estudio, al permitir justificar teóricamente las formas de organización, los sistemas de intercambio de información y las nuevas estructuras sociales y culturales. Al mismo tiempo, también aportó elementos valiosos y de reflexión para entender

como el ciberlenguaje es utilizado por los sujetos de estudio dentro de las dinámicas de interacción y socialización generadas mediante el uso de estos medios.

1.2.3. Apropiación y prácticas

La “apropiación” se colocó como uno de los principales conceptos del problema a investigar. Había que asumir la tarea de entender la relación entre la apropiación y la tecnología, para de esta forma comprender de qué manera los sujetos de estudio otorgan sentido a las prácticas que realizan en estos medios. Considerando que el agente de cambio no es la tecnología en sí misma, sino los usos y la construcción de sentido que se dan alrededor de ella (Hine, 2004).

Era necesario en un primer momento comprender cómo los sujetos de estudio se apropian de las tecnologías y más específicamente de los medios digitales de comunicación, para posteriormente analizar cómo se apropian del ciberlenguaje que utilizan en estos medios y en qué tipo de prácticas lo usan. Considerando a la comunicación como el núcleo de los cambios y dinámicas que se generan como parte de las relaciones sociales y culturales, en donde las innovaciones tecnológicas han dado lugar a distintas formas de interactuar, creando una apertura más amplia hacia diferentes espacios que generan sus propias dinámicas y una transformación en las relaciones sociales, en las que los usuarios incorporan en sus prácticas cotidianas a las tecnologías, apropiándose de ellas y adaptándolas conforme a sus necesidades.

El término “apropiación” hace referencia al efecto de apropiarse de algo, según la Real Academia Española de la Lengua, apropiar es tomar para sí alguna cosa haciéndose dueña de ella. Desde la terminología de la hermenéutica, la apropiación “es el proceso de «hacer propiedad de uno» algo que es nuevo, ajeno o extraño” (Thompson, 2006, p.462). Para esta investigación se retoma el concepto de apropiación a partir de las prácticas sociales y culturales, en las que los individuos han incorporado las innovaciones tecnológicas dentro de sus actividades cotidianas integrándolas como parte de sus vidas.

Dentro de la academia existen estudios desde distintos enfoques, que incorporan el concepto de apropiación como una variable para comprender las relaciones sociales y culturales que se generan con el uso de las tecnologías, así como las prácticas que realizan con apoyo de estos medios tecnológicos (Thompson, 2006; Sagástegui, 2005; Crovi,

2012; Crovi & López, 2011). Las visiones de estos estudios ayudaron a establecer un marco de interpretación sobre los factores que moldean dichas relaciones. De acuerdo con Sagástegui (2005), la apropiación social de la tecnología es entendida genéricamente como una forma de crear significado social desde las actividades cotidianas de la vida diaria, cuya definición encierra una densidad considerable que alude al complejo entramado de relaciones existentes entre las necesidades, deseos, posibilidades y recursos, de manera que se construye el conocimiento, cuando se construye el contexto en donde se produce.

Por su parte, Thompson (2006) analiza dentro de la comunicación masiva, la apropiación cotidiana de los mensajes de los medios, que son recibidos por los individuos o grupos de individuos que se sitúan en circunstancias socio-históricas específicas y que emplean los recursos que tienen a su disposición, para entender los mensajes recibidos e incorporarlos a sus vidas diarias. Señala que los modos de apropiación quedan circunscritos por la naturaleza de los medios técnicos de difusión y los cambios que se dan en estos medios pueden alterar de manera significativa los modos de apropiación. Por lo que los medios técnicos de transmisión no determinan los modos característicos de apropiación, ya que estos medios también dependen de las condiciones, convenciones y capacidades que caracterizan a los contextos de recepción y a los receptores. En este sentido, el enfoque de Thompson resultó útil para el estudio, porque permite apreciar la forma en que los individuos situados en contextos socio-históricos particulares reciben los productos mediados apropiándose de ellos e incorporarlos a sus vidas.

En este mismo contexto, Delia Crovi (2012) define a la apropiación desde la tecnología, como la capacidad que tienen los individuos para adueñarse e incorporar recursos digitales en su vida cotidiana, señala que la apropiación de estos recursos se refleja en la capacidad que tienen los individuos para adueñárselos e incorporarlos, cada quien a su mediada. Cuando alguien se adueña de un objeto técnico, en este caso digital, manifiesta interés por él y también voluntad por hacerlo propio, se trata así de una pertenecía, voluntaria, y manifestación, que vendrá luego a modificar al propio sujeto que ejerce la acción dentro de sus prácticas culturales, considerando que no es un proceso generalizado, sino que presenta diferencias según los individuos. Crovi y López (2011) consideran que la

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

apropiación de las tecnologías de la información y la comunicación¹⁸ se concreta en un ámbito socio-histórico específico en el cual el individuo no sólo tiene acceso a ellas, sino que cuenta con habilidades para usarlas, llegando a ser tan importantes dentro de sus actividades habituales (productivas, de ocio, relacionales) que pasan a formar parte de sus prácticas sociales.

Con base en los argumentos antes expuestos, se asumió la tarea de justificar teóricamente el concepto de apropiación desde la propuesta de Crovi (2012) retomando elementos de la perspectiva de Thompson (2006). Ambos planteamientos abrieron una visión más amplia sobre las relaciones que se tejen entre la apropiación y la tecnología, para de esta manera contar con cimientos básicos que ayudarían a entender las lógicas de la apropiación del ciberlenguaje que utilizan los sujetos de estudio como parte de sus prácticas mediáticas cotidianas.

Asumir la tarea de estudiar la apropiación de las tecnologías y el ciberlenguaje, implicaba también analizar las “prácticas” que realizan los sujetos de estudio a través de los medios digitales de comunicación, era necesario comprender el vínculo entre la apropiación y las prácticas con el objetivo de indagar en qué prácticas los sujetos de estudio utilizan el ciberlenguaje y con qué sentido. Conceptualmente había que definir las prácticas específicamente desde lo mediático y buscar metodológicamente cuál sería la estrategia para analizar dichas prácticas.

De acuerdo con Thompson (2006) la apropiación de los medios debe verse como prácticas situadas, es decir, prácticas que ocurren en contextos específicos, así como en tiempos y lugares particulares, ya sea aislada o en compañía de otros. El concepto de “prácticas” puede tener varios usos y acepciones dependiendo del contexto en que se utiliza, este término siempre tiene que ver con la noción de algo que se realiza, que se lleva a cabo y que requiere de ciertos conocimientos o constancia para que los resultados sean los esperados.

¹⁸ Ortiz y Gallegos (2009) definen a las tecnologías de la información y comunicación (TIC) como todo aquel artefacto que se utiliza para facilitar el proceso de información y comunicación humana. Hacen una división entre aquellos artefactos que pueden catalogarse como medios de comunicación “tradicionales” (artefactos que hicieron su aparición en la primera mitad del siglo XX y que se convirtieron en tecnologías domésticas u objetos de consumo por parte de la gente en su vida cotidiana, como el cine, la radio, periódico, el teléfono, y la televisión) y aquéllos que entran en el rubro de “tecnología de la comunicación e información” (tecnologías que surgieron a partir de la segunda mitad del siglo XX como parte de los acelerados avances científicos en el campo de la microelectrónica e informática).

En el análisis de las prácticas desde lo mediático, Padilla (2012) define las prácticas mediáticas como las operaciones multiformes y fragmentarias que constituyen los modos de empleo de los medios, o de manera más precisa, de las innovaciones tecnológicas mediáticas, pasadas y recientes; las prácticas mediáticas se insertan en las lógicas de la economía y de la producción, las cuales configuran sus características textuales diversas y activas en su uso, apropiación e interpretación. Las prácticas mediáticas se encuentran atravesadas por mediaciones y a la vez constituyen una mediación por sus posibilidades de articularse con otras prácticas sociales.

Conceptualmente Padilla (2009, 2010, 2012, 2014) ha trabajado las prácticas desde lo mediático vinculándolas a la ciudadanía y a la política, en ambos casos retoma las teorías sobre las prácticas de Bourdieu (1999), De Certeau (2009) y Martín Barbero (1990) para conformar una definición de “prácticas mediáticas” que permita entenderlas de una manera más amplia que sólo considerándolas con relación a un medio o género; además de incorporar no sólo el análisis de la recepción, sino las posibilidades desde los actores sociales, como audiencias, de convertirse a su vez en productores.

Como parte de sus resultados, Padilla (2014) propone una clasificación a partir de las prácticas que realizan los jóvenes en Internet, reconociendo el papel de la tecnología como una mediación potente y a la vez, las mediaciones estructurales que moldean su papel en la sociedad. Metodológicamente esta clasificación ofreció directrices claras que ayudaron a resolver el problema del análisis de las prácticas mediáticas, la estrategia fue retomar las categorías preestablecidas por Padilla (2014)¹⁹ para que mediante una matriz de análisis se pudiera definir en qué prácticas mediáticas, los sujetos de estudio utilizan el ciberlenguaje y con qué sentido.

Analizar la apropiación y las prácticas mediáticas, permitieron descubrir otros escenarios para definir cuáles son las razones por las que los sujetos de estudio utilizan el ciberlenguaje y lo hacen suyo, abriendo nuevas interrogantes para revelar si es un asunto generacional que probablemente tenga que ver con la edad, si es un fenómeno de moda, de identidad o de poder. Estos cuestionamientos cobraron vida en el siguiente apartado de este capítulo.

¹⁹ Las categorías establecidas por Padilla son: comerciales, entretenimiento, Información para usos personales, información sobre lo público, Académicas/educativas, laborales, lúdico creativas, políticas, sociales y trámites administrativos. Cada categoría se define en el capítulo metodológico.

1.2.4. Culturas juveniles y rupturas generacionales

Para esta investigación resultó pertinente el estudio de la cultura que se forja a partir de la incorporación de las tecnológicas de la Información y comunicación, en donde los medios digitales de comunicación modifican las relaciones sociales y culturales de los individuos. Se consideró que la cultura de la sociedad actual está estrechamente ligada a la influencia de los medios digitales de comunicación, en la que “los usuarios de la nueva comunicación son menos dependientes de la cultura tradicional pero más dependientes de las relaciones interpersonales generadas en la red” (Viches, 2001, p. 21), se puede observar cómo la naturaleza del proceso de transición ocurre de manera diferente en el periodo que vivimos. Considerando a la cultura como el modo que un grupo social tiene de comunicarse, utilizando una serie de signos o señales que le proveen de una identidad colectiva.

Abordar el asunto de la cultura se desdobló en varios problemas, el primero fue analizar a los jóvenes a partir de las culturas juveniles, considerando que las nuevas generaciones no pueden explicarse sin los cambios culturales que han generado las tecnologías de la información y comunicación en su entorno, en el que la emergencia de un nuevo sistema de comunicación caracterizado por la interactividad, permite que los jóvenes vivan dentro un mundo metafórico en el que pasan una buena parte de sus vidas.

Reguillo (2007) retoma los planteamientos de Mead (2006) para indicar que la sociedad está experimentando un nuevo momento cultural, donde el pasado y el presente se reconfiguran a partir de un futuro incierto, siendo los jóvenes los actores mejor dotados para asumir la irreversibilidad de los cambios operados por elementos tales como la mundialización, el desarrollo tecnológico, la internacionalización de la sociedad, entre otros.

Los datos estadísticos reflejan que los jóvenes son los principales actores en el uso de las tecnologías. De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) existe en México una tasa de crecimiento del 13.9 por ciento de usuarios de Internet, mostrada en el periodo 2006-2013. En abril de 2013, se registraron 46 millones de personas de seis años o más en el país usuarias de los servicios que ofrece la Internet, representando aproximadamente el 43.5 por ciento de esta población. El 74.3 por ciento de los cibernautas mexicanos tiene menos de 35 años, en este sentido la proporción de jóvenes que navegan en la red es de 23.6 por ciento en un rango de edad entre 12 a 17

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

años, mientras que el 20.9 por ciento tienen entre 18 y 24 años, lo que significa que los jóvenes son quienes más uso hacen de la tecnología y también los primeros que las adoptan como parte de sus actividades cotidianas (INEGI, 2014).

En esta misma sintonía, la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI) reveló que en 2013²⁰, con respecto a la edad, el mayor incremento de usuarios de Internet lo representan los jóvenes que tiene entre 12 y 18 años (24 por ciento), mientras que el porcentaje menor son los usuarios mayores de 55 años que representan el 8 por ciento. Como se puede observar los jóvenes no son los únicos usuarios de las tecnologías, sin embargo estadísticamente son quienes siempre llevan la delantera.

Hoy en día, Internet es para los jóvenes una de las formas de comunicación más utilizadas, debido a que les permite mantenerse informados, les facilita sus tareas y les brinda la oportunidad de interactuar con familiares y amigos. Zanani (2008) señala que los adolescentes y jóvenes nacidos a mediados de la década de los ochenta en adelante, pertenecen a la generación bautizada como “Generación Y Millennials”, quienes utilizan como sus principales aliados a la computadora, el teléfono celular, las tabletas electrónicas, entre otros dispositivos, debido a que nacieron y crecieron dentro de los avances tecnológicos.

De acuerdo con González (2009), las tecnologías de la información y comunicación representan para las nuevas generaciones un instrumento de conocimiento que forma parte de sus prácticas cotidianas. Mantienen una comunicación donde es innegable, que las nuevas gramáticas del saber están más próximas a los estilos cognitivos de los jóvenes. Este sector de la población pone de manifiesto esta proximidad simbólica entre las múltiples conexiones del lenguaje en red y el sistema social en el que viven. Además emplean novedosas simbolizaciones de sus experiencias vitales, crean microcomunidades *online*, fabrican convenciones normativas, experimentan formas de relación, elaboran diversas prácticas de autorrepresentación y autodeterminación, sumergiéndose en una nueva gramática del conocimiento.

De esta forma, se puede empezar a hablar del nacimiento de una cultura juvenil, debido a que son los jóvenes quienes tienen un estilo de vida distintivo que los diferencia

²⁰ Datos obtenidos del documento de la Asociación Mexicana de Internet AMIPCI “Día de mundial de Internet, México 2014”.

de las generaciones precedentes. En este sentido, resultó clave considerar a los jóvenes como una categoría analítica para el estudio, a partir de la noción de culturas juveniles y en particular el papel que juega el ciberlenguaje utilizado en los medios digitales de comunicación, probablemente como un fenómeno de moda, un elemento de identidad o incluso de empoderamiento.

En México desde mediados de los ochenta, los estudios sobre juventud²¹ cobraron particular relevancia (Gracia, 1985; Valenzuela, 1988; Flores, 1990; Paz, 1990; Urteaga, 1990; Hernández, 1991; Reguillo, 1991 y Cano, 1991), las tendencias se inclinaban hacia la emergencia de los chavos banda o bandas juveniles, colectivos punks, cholos, pandillas, drogas, violencia, entre otros. Es decir grupos marginados que adquieren un tamiz de identidad pero también de rebeldía al tratar de decir que ellos también valen a pesar de ser estigmatizados.

A finales de los noventa se puede percibir que hay una tendencia que se dirigen hacia los estudios sobre culturas juveniles (Reguillo, 1998; "Reguillo, 2000; Cisneros, 2000; Urteaga, 2000; Gómez, 2007; Gómez, 2010, Padilla, 2014) que van desde las prácticas culturales, las relaciones de consumo, las subjetividades, los medios de comunicación y las nuevas tecnologías, lo digital, las instituciones y agrupaciones, las identidades, los lenguajes juveniles, lo político, los estilos de vida, entre otras.

Existen distintos tipos de culturas juveniles, por una parte se encuentran las culturas juveniles extremas que enfocan la mirada en grupos marginados y estigmatizados que buscan una identidad precisamente desde la marginación. Por otra parte se encuentran los grupos integrados no estigmatizados, que de acuerdo con Reguillo (2000a) los estudios sobre las agrupaciones integradas: tienden a ser dispersos y escasos, y a estar más interesados en las instituciones de estudio que en las mismas culturas juveniles, donde los jóvenes y su especificidad, "tiende a diluirse" (p. 31). En general, el estudio de las agrupaciones marginales se ha impuesto al estudio de los jóvenes integrados.

²¹ De acuerdo con Reguillo (2002), la juventud como hoy la conocemos es propiamente una "invención" de la posguerra, en el sentido del surgimiento de un nuevo orden internacional que conformaba una geografía política en la que los vencedores accedían a inéditos estándares de vida e imponían sus estilos y valores. La sociedad reivindicó la existencia de los niños y los jóvenes, como sujetos de derechos y, especialmente, en el caso de los jóvenes, como sujetos de consumo (p.22).

En la década de los noventas, del siglo pasado, tanto en España como en México empieza a surgir el término de culturas juveniles (Arce, 2008, p. 264). Reguillo (1991), fue una de las primeras en cambiar el enfoque de estudio de las bandas en México, al introducir el concepto de culturas juveniles para el estudio de las agrupaciones de los jóvenes desde sus territorios, la manera como se configuran sus identidades, y el empleo de los medios de comunicación para refrendarlas. Señala que las culturas juveniles hacen "referencia al conjunto heterogéneo de expresiones y prácticas socioculturales juveniles" (Reguillo, 2000, p.55).

Para entender las culturas juveniles, es fundamental partir del reconocimiento de su carácter dinámico y discontinuo. Los jóvenes no constituyen una categoría homogénea, no comparten los modos de inserción en la estructura social, lo que implica una cuestión de fondo: sus esquemas de representación configuran campos de acción diferenciados y desiguales (Reguillo, 2000, p.3).

Feixa (1998) define a las culturas juveniles como un espacio donde las experiencias sociales de los jóvenes son expresadas colectivamente mediante la construcción de estilos de vida distintivos, localizados fundamentalmente en el tiempo libre o en espacios intersticiales de la vida institucional, describe la aparición de microsociedades juveniles, con grados significativos de autonomía respecto de las instituciones adultas. Por su parte Pérez (1996) entiende las culturas juveniles como una praxis subalterna que se caracteriza por contar con eso que les permite enfrentarse a las concepciones prácticas y oficiales de la cotidianidad. Por último, Urteaga (1998) indica que las culturas juveniles son identidades que se expresan y se construyen en tiempos y espacios de ocio determinados y disímiles.

En general el estudio de las agrupaciones marginales se ha impuesto sobre el estudio de grupos integrados. Sin embargo, para esta investigación se determinó trabajar con jóvenes integrados no marginados, considerando que se conoce muy poco sobre las agrupaciones juveniles de este tipo. Así mismo se adoptó el punto de vista teórico de Rossana Reguillo (2002) y las aportaciones de Héctor Gómez (2010), para entender el papel que juegan el uso del ciberlenguaje utilizado por los jóvenes a partir de las culturas juveniles.

Un segundo asunto de la cultura se centró en cómo integrar a los adultos dentro del estudio, debido a que ellos también hacen uso del ciberlenguaje. Empíricamente en un inicio se consideraba que a diferencia de los jóvenes, los adultos por lo general no están capacitados para aprovechar el potencial que las actuales tecnologías ofrecen, es decir “no están lo suficientemente bien informados sobre la nueva tecnología, sus oportunidades y limitaciones” (Bendit, Hahn, & Miranda 2008, p. 330). Este desconocimiento puede llegar a generar miedo, prejuicios, enojo y a su vez estigma, debido a que muchos adultos no entienden que está pasando con la tecnología. Sin embargo, no se puede generalizar debido a que también existen adultos que si utilizan la tecnología dentro de sus prácticas cotidianas y de forma adecuada.

De acuerdo con Morduchowicz (2004), los adultos (padres de familia) tienden a ser los analfabetas y dependen de los hijos (jóvenes), quienes son los portadores de los capitales tecnológicos y de los saberes comunicativos dentro de una sociedad que cada vez más, pasa a una plataforma de organización que proviene, se distribuye y circula por los dispositivos tecnológicos de información y de comunicación. Con base en estos argumentos resulta necesario considerar para este estudio, cómo cada generación se apropia de distinta manera de la tecnología, los medios digitales de comunicación y el ciberlenguaje, debido a que los jóvenes piensan y procesan la información de modo significativamente distinto a los adultos, por lo general su destreza en el manejo y utilización de las tecnologías de la información y comunicación es superior a la de los adultos.

Estas diferencias provocan una ruptura generacional que no puede ser ignorada, debido a que los jóvenes crecieron con las tecnologías y dependen de ellas para todo tipo de actividades cotidianas que realizan, ocupando así un lugar central en sus vidas, mientras que los adultos nacieron y crecieron cuando las tecnologías de la información y comunicación no habían surgido y por lo tanto, han tenido que adaptarse poco a poco a ellas.

Considerando que en tiempos actuales la emergencia de las tecnologías ocasiona diferencias generacionales que se hacen estrechamente evidente a partir de la introducción de nuevas formas de comunicación, donde los jóvenes se apropian de forma casi innata de estos medios, mientras que los adultos se han tenido que adaptarse. Resultando imprescindible para el estudio analizar por generación, cómo se apropian de los actua-

les tecnologías, para posteriormente entender cómo hacen suyo el ciberlenguaje y si existen diferencias significativas.

En este sentido, las diferencias generacionales²² que se crean a partir del uso de las tecnologías de la información y comunicación cobraron vida para el estudio y se colocan como otro elemento primordial dentro de la cultura. Para sustentar teóricamente estas diferencias generacionales, se recurrió a los planteamientos teóricos de Margaret Mead (2006) quien explica cómo históricamente se ha dado una ruptura generacional en la que “los viejos y los jóvenes por igual supondrían que es natural que la conducta de cada nueva generación difiera de la generación precedente” (p.65). La autora distingue tres tipos de cultura diferentes²³ que logran establecer vínculos entre generaciones que conviven hasta hoy.

La autora describe la transición de una cultura *postfigurativa*²⁴ que se rige por patrones tradicionales del pasado, donde los adultos enseñan a los más jóvenes, el eje de este modo cultural se sostiene sobre el convencimiento de que la forma de vivir y saber de los ancianos es inmutable, donde la transición de experiencias de los adultos son el futuro de cada nueva generación. Así mismo refiere el paso a la cultura *cofigurativa*, en la que tanto los niños como los adultos aprenden de sus pares, por lo que el modelo prevaliente para los miembros de la sociedad reside en la conducta de sus antepasados. Finalmente señala una transición hacia la cultura *prefigurativa* que está más orientada al futuro, donde los adultos aprenden de los miembros jóvenes del grupo y los cambios son más acelerados.

De acuerdo con Avelló y Muñoz, (2002), Rodríguez, (2002) y Gómez (2010), en la actualidad el dar paso a una cultura *prefigurativa*, conlleva una serie de contextos y situaciones de tensión y de conflictos. Por un lado, la juventud se define como una condición que busca superar una serie de dependencias en relación a las instituciones primarias, pero que simultáneamente suelen vivir en función de esas dependencias, como es el caso de la familia, la escuela y el trabajo. En esa situación hay una tendencia en los jóvenes de

²² Dentro de una sociedad siempre han existido diferencias entre generaciones, en cuanto a su manera de pensar, sus costumbres y su estilo de vida. Para Mannheim (1993) lo generacional es un referente simbólico que se constituye a partir de la interacción de vivir un mismo período histórico, el establecimiento de vínculos a partir de aquello que se está viviendo y la adhesión a un cierto uso de aquello que se vive.

²³ Estas posturas se desarrollan con mayor claridad dentro del capítulo del marco teórico.

²⁴ Cursivas en el original

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

apropiarse de una serie de recursos, prácticas, espacios, ámbitos de socialización y de afectividad mediante las cuales conforman sus propias identidades a través de las interacciones comunicativas, por lo cual la dimensión comunicativa de la cultura, y lo que proviene de la cultura mediática, es fundamental para la constitución de las culturas juveniles y su diversidad.

Se podría decir que la cultura *prefigurativa* se ha venido desplegando desde la revolución tecnológica hasta la actualidad, ahora los adultos aprenden de los jóvenes lo que con frecuencia crea una ruptura generacional que no debe ser ignorada. El acceso a los medios de comunicación actuales permite que se generen otras formas de relaciones sociales, donde la posesión de información es la característica central de este modo de producción cultural. El fácil acceso ha logrado que los jóvenes no necesiten a los adultos para aprender, lo que conlleva a diferencias que son marcadas por la condición generacional y las posiciones en la estructura social en el interior de las generaciones jóvenes.

Explorar el papel que tienen estos recursos digitales y el ciberlenguaje en el proceso más amplio de la identidad, formaron parte del mapa de problema(s) a desarrollar dentro del apartado de cultura, debido a que “existe una estrecha correspondencia entre la concepción que se tenga de la cultura y la concepción de la identidad” (Giménez, 2007, p.55). Empíricamente se consideró que esta perspectiva podría proporcionar resultados importantes para comprender si los sujetos de estudio se apropian del ciberlenguaje como forma de identidad e incluso de poder y, si existe una ruptura entre los jóvenes y los adultos por su uso.

Existían varias vetas que se podían explorar, en un inicio se pensó indagar si realmente el uso del ciberlenguaje está cambiando o deteriorando al lenguaje, o si su uso era un asunto de identidad que utilizan las personas para identificarse dentro de un grupo, considerando que probablemente son los jóvenes quienes a través de las culturas juveniles, utilizan el ciberlenguaje para identificarse con respecto a los adultos, debido a que los adultos posiblemente no tienen esa necesidad de identificarse como los jóvenes a través de las tecnologías, quizás se identifican con otro tipo de cosas como el trabajo, la familia, los amigos, los deportes, la salud, la política, entre otras.

En este sentido, la identidad resultó clave para entender las actuales dinámicas de comunicación en las que el ciberlenguaje es utilizado con frecuencia por los sujetos de

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

estudio. De acuerdo con Reguillo (2000), la identidad es centralmente una categoría relacional (identificación- diferenciación) en la que todos los grupos sociales tienden a instaurar su propia alteridad. Por ejemplo la construcción simbólica "nosotros los jóvenes" instaura diferentes alteridades, principal aunque no exclusivamente, con respecto a la autoridad: la policía, el gobierno, los viejos, etcétera (p.41).

Estudiar la identidad es un ejercicio difícil, debido a que remite a un sistema de relaciones y representaciones en constante construcción y cambio (Padilla, 2012, p.19). La identidad está estrechamente relacionada con la cultura, "la cultura y la identidad no son inamovibles, esencias eternas y estáticas, sino fenómenos en movimiento, en el péndulo de la tradición y la innovación". (Giménez, 2007, p.11). Los argumentos expuestos por Gilberto Giménez (2007) permiten fundamentar teóricamente para el estudio las diferencias en las identidades que jóvenes y adultos conforman a partir de la apropiación del ciberlenguaje.

De acuerdo con Giménez (2007), las identidades sólo pueden formarse a partir de las diferentes culturas y subculturas a las que pertenece o en las que se participa. La identidad tiene que ver con la idea que tenemos acerca de quiénes somos y quiénes son los otros, es decir, con la representación que tenemos de nosotros mismos en relación con los demás. Esto implica hacer comparaciones entre las gentes para encontrar semejanzas y diferencias entre las mismas. Cuando se cree encontrar semejanzas entre las personas, se infiere que comparten una misma identidad distinguible de la de otras personas que no parecen similares.

En relación a las identidades colectivas, Giménez señala que estas no constituyen entidades, homogéneas y nítidamente delimitadas, razón por la cual hay que evitar, naturalizarlas o sustancializarlas indebidamente, considerando que las identidades colectivas no constituyen un dato, un componente "natural" del mundo social. "Las identidades colectivas pueden ser vistas como "sistemas de acción", y no como sujetos que actúan con la unidad de propósitos que contribuyen sus líderes e idiolectos, e incluso sus oponentes" (Giménez, 2007, p.69).

1.2.5. El problema metodológico

Para resolver metodológicamente la problemática del estudio era necesario establecer criterios referentes a la delimitación del problema y la relación entre variables, con el objetivo de garantizar la obtención de datos que empíricamente pudieran ser medibles y comprensibles. Precisar el enfoque que tendría el estudio no fue tarea fácil, en un inicio se había contemplado la posibilidad de trabajar únicamente desde la perspectiva cualitativa, sin embargo conforme el trabajo se fue concretizando se optó por incluir también una perspectiva cuantitativa, buscando obtener resultados únicos que ayudaran a entender la naturaleza propia del fenómeno. Finalmente se asumió la tarea de darle un enfoque mixto, para tratar de hacer un “acercamiento a la realidad objetiva (desde la perspectiva cuantitativa), a la realidad subjetiva (desde la perspectiva cualitativa) o a la realidad intersubjetiva (desde la óptica mixta)” (Hernández et al 2010, p.26). Esto implicó la recolección y el análisis de datos cuantitativos para obtener los vocablos disponibles, para complementarlos con el análisis de las prácticas, indagando sobre cómo se apropiación del ciberlenguaje y el rol que juega la identidad en este proceso. Los datos obtenidos se integraron para hacer un análisis comparativo.

Definir la estrategia metodológica que orientaría la investigación representó un reto mayor, era importante considerar que se trabajaría con dos grupos de edades distintos que requerían ser analizados por separados para posteriormente comparar sus similitudes y diferencias, en este sentido se determinó que la principal estrategia sería el método comparativo (Ragin, 2007) por tener esa particularidad de contrastar patrones de parecidos y diferencias. Sin embargo, había que considerar que este método no sería el único, debido a que el trabajo de campo demandaba desarrollarse en dos etapas que se complementarían entre sí, pero cada una, utilizando sus propios métodos.

Concretar el trabajo de campo que se realizaría en cada etapa tuvo sus complicaciones. En la primera etapa se determinó centrarse en el método de disponibilidad léxica, buscando obtener como resultado las principales palabras que son modificadas en el ciberlenguaje por cada grupo de edad, sin embargo esta no fue una tarea fácil, había que buscar la forma de adaptar este método para que las palabras y emoticones que se utilizan en ciberlenguaje pudieran ser incluida en la prueba, sin que sufrieran modificaciones al momento de su aplicación y, posteriormente buscar la manera de codificadas mediante

el software ya establecido. Por lo tanto, fue necesario construir una prueba específica que permitiera incluir al ciberlenguaje en centros de interés creados concretamente para este fin y retomar elementos o centros de interés de los que tradicionalmente se utilizan en este tipo de pruebas.

Para la segunda etapa del estudio las dificultades fueron mayores, había que encontrar vetas teóricas y metodológicas que permitieran analizar el ciberlenguaje utilizado por los informantes en los medios digitales de comunicación seleccionados. Esto implicaba la evaluación detenida de diferentes metodologías, para poder definir como estudiar objetivamente las diferencias entre jóvenes y adultos, qué soportes o plataformas analizar, cómo acceder a sus cuentas de usuario para observar información privada, cómo realizar la recolección de los datos, así como la temporalidad y los métodos de análisis.

Para seleccionar los soportes que se analizarían se acudió a estadísticas recientes que permitieron definir conforme a su uso, cuáles serían los soportes o medios más adecuados para el análisis del estudio, de esta forma se determinó trabajar los mensajes de texto del teléfono móvil, la red social *Facebook* y el correo electrónico. Aquí surgió otra problemática mayor debido a que era imperante acceder a información personal que sólo se podía obtener desde sus cuentas de usuarios, esto implicó trabajar de forma personalizada con cada informante para que fueran ellos quienes determinaran la información a la que se podría acceder, cuidando en todo momento respetar su privacidad.

En esta segunda etapa, la recolección y el análisis de la información también enfrentó otra problemática, fue necesario recurrir a diferentes métodos debido a que no existía un método específico para este tipo de estudios, en un inicio se había considerado trabajar mediante el método de etnografía virtual o netnografía (Hine, 2004 y Kozinets, 2010), sin embargo este método era insuficiente debido a que el estudio combinaba el trabajo presencial y en línea. Finalmente se determinó que la estrategia metodológica tendría que ser mediante un análisis narrativo que integrará elementos de la etnografía tradicional y la etnografía virtual.

En esta etapa, definir la temporalidad se convirtió en un elemento clave para la recolección de los datos, en un inicio se pensó observar las actividades que realizarían los sujetos de estudio durante las cuatro semanas siguientes a la fecha en que se les contactara por primera vez, sin embargo esto resultaba un problema debido a que se pondría en

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

alerta a los informantes y se corría el riesgo de que la información fuera sesgada al sentirse observados. Fue necesario buscar una estrategia que permitiera acceder a sus actividades sin que ellos se sintieran presionados, de esta forma se determinó que lo más adecuado era recolectar las actividades que realizaron los informantes durante las cuatro semanas anteriores a la fecha del encuentro en los tres soportes seleccionados, para que de esta forma no se alterara la información.

Otro problema de este segundo asunto fue la recolección de los datos, debido a que era necesario buscar un mecanismo eficiente que permitiera recopilar la información de forma fácil y rápida para posteriormente poder analizar los datos obtenidos, considerando que probablemente por las circunstancias esta sería la única vez que se tendría acceso a la información. Resolver este asunto no fue tarea fácil debido a que no había una metodología o una herramienta específica para la recolección de la información, de esta forma, se optó por tomar fotografías a los mensajes de texto del teléfono móvil, mientras que para el correo electrónico y la red social *Facebook* se utilizó un software que permitía grabar en vídeo las acciones que se realizan en la pantalla del ordenador durante la exploración que se hiciera en compañía de cada informante, para posteriormente poder analizar los datos obtenidos.

Finalmente, para realizar el análisis de la información fue necesario clasificar y agrupar los conceptos centrales del estudio por temáticas mediante la creación de una matriz de análisis, estableciendo criterios referentes a la delimitación del problema y desglosando los conceptos centrales en categorías de análisis, con el objetivo de garantizar la obtención de datos que pudieran ser medibles y comprensibles para posteriormente dar respuesta a los objetivos y la pregunta de esta investigación, que se describen a continuación.

Pregunta de investigación

¿Cuáles son las diferencias en la apropiación del ciberlenguaje entre jóvenes y adultos como una forma de identidad, a partir de las prácticas que realizan en la comunicación digital interactiva de los mensajes cortos de telefonía móvil, la red social Facebook y el correo electrónico?

Objetivo general

Analizar la apropiación que jóvenes y adultos hacen del ciberlenguaje como una forma de identidad, a través de las prácticas mediáticas que realizan en la comunicación digital interactiva de los mensajes cortos de telefonía móvil, la red social *Facebook* y el correo electrónico, a fin de comprender las diferencias y el papel de este lenguaje entre estos grupos de edades distintos.

Objetivos específicos

- Determinar el léxico disponible de los jóvenes y adultos respecto al ciberlenguaje, a partir de la obtención de los vocablos más utilizados y la frecuencia con que aparecen.
- Identificar las principales características del ciberlenguaje que utilizan jóvenes y adultos para comunicarse en los mensajes cortos de telefonía móvil, la red social *Facebook* y el correo electrónico.
- Describir el tipo de prácticas mediáticas y el sentido que adquieren en el empleo ciberlenguaje por los jóvenes y adultos.
- Analizar la apropiación que jóvenes y adultos hacen del ciberlenguaje como una forma de identidad, a partir de las interacciones que realizan mediante los mensajes cortos de telefonía móvil, la red social *Facebook* y el correo electrónico.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO: SOCIEDAD RED, CULTURAS Y CIBERLENGUAJE

Toda innovación tecnológica implica un cambio social.

EVERETT ROGERS

El ciberlenguaje se presenta como el centro de debate del estudio, es considerado como un fenómeno cultural emergente, derivado del lenguaje escrito utilizado en los medios digitales de comunicación, como los mensajes cortos de telefonía móvil, la red social *Facebook* y el correo electrónico. El ciberlenguaje es digital por sus propiedades de hipertextualidad, interactividad y multimedialidad, que combinadas con la conectividad y movilidad, permiten la construcción de narrativas antes inimaginables, a través de la fragmentación de los contenidos, la actualización constante de información y la interacción entre múltiples actores del proceso comunicativo (Lara, 2008).

Este lenguaje utiliza una manera distinta de emplear palabras para comunicarse de forma escrita, dentro de un espacio en el que confluye una gama de signos y símbolos, que son creados y usados con el fin de economizar en la extensión de las expresiones del discurso idiomático, como una forma de suplir a la comunicación no verbal utilizada en las mediaciones corporales. Se caracteriza por empelar nuevos códigos que intentan combinar lo escrito, lo oral y lo visual, tratando de escribir como se habla en una conversación cara a cara, tratando de representar las emociones, los gestos, la entonación y el tono de voz.

El interés primordial de este capítulo es destacar los ejes en los que se fundamentó teóricamente la investigación, así como establecer los elementos constitutivos que lo integran y su relación con la problemática. El estudio se enmarca en las actuales tecnologías y más específicamente desde los medios digitales de comunicación, donde el ciberlenguaje representa el centro de su argumentación conceptual.

2.1. La sociedad red, nuevas redes y canales de comunicación

La sociedad red da paso a una nueva forma de organización social que emergió gradualmente a finales del siglo XX, tiene sus cimientos en el paradigma del informacionalismo. Esta estructura social genera una revolución tecnológica y el surgimiento de un nuevo modo de desarrollo, con elementos de una teoría transcultural y exploratoria sobre la complejidad de una nueva economía, sociedad y cultura que determina a la sociedad actual, conformada por redes de información y propulsada por las tecnologías de la información (Castells, 2008), abriendo un nuevo escenario para la comunicación y la interacción entre las personas.

El industrialismo marcó la pauta en el uso de las tecnologías y dio paso al actual paradigma tecnológico del informacionalismo, como un nuevo modo de desarrollo que surge a partir de la incorporación de las tecnologías de la información y “como matriz dominante de las sociedades del siglo XXI, proporcionando la base para un tipo de estructura social” (Castells, 2004, p.111) que es definida como sociedad red, misma que se expande por todo el planeta como la forma dominante de organización social de nuestra época, favoreciendo las relaciones entre personas que se encuentran físicamente distantes.

El paradigma del informacionalismo sienta las bases para la comunicación interactiva, distinguiendo entre ellas la comunicación interpersonal y la comunicación social (Castells, 2010). En la comunicación interpersonal los emisores y receptores designados en una conversación son los sujetos de la comunicación, el mensaje puede enviarse de uno a otro en bucles de retroalimentación, pudiendo participar en ella los usuarios que están integrados, este factor a favorecido las conversaciones entre personas empleando distintos medios como el chat o las redes sociales para estar en contacto con amigos, familiares y conocidos; también se pueden crear conversaciones entre grupos para algún fin específico, siendo posible interactuar confluyendo todos en un espacio para comunicarse.

En la comunicación social una persona puede difundir al conjunto de la sociedad un mensaje, donde es posible establecer un esquema de uno a muchos o de muchos a muchos “en tiempo real y en un momento concreto con la posibilidad de emplear la comunicación punto-a-punto, estando el alcance de su difusión en función de las características

de la práctica comunicativa perseguida (Castells, 2010, p. 88). A este esquema se puede sumar la comunicación de masas.

Estas formas de comunicación según Castells (2010) coexisten, interactúan y más allá de sustituirse se complementan entre sí, sentando un precedente histórico por lo novedoso y las consecuencias mayúsculas que está generando para la organización y la comunicación social. El “cambio cultural es la articulación de todas las formas de comunicación en un hipertexto digital, interactivo y complejo que integra, mezcla y recombina en su diversidad el amplio abanico de expresiones culturales producidas por la interacción humana” (p.88).

Los avances científicos y tecnológicos que fundamentan la sociedad de la información²⁵, han permitido la convergencia digital desde diferentes medios y soportes, que dan paso a una cultura que conlleva entre otros aspectos a la difusión masiva de la comunicación, reconfigurando así el comportamiento social, proporcionando nuevas redes y canales de comunicación entre las personas, en el que confluyen simbologías y estructuras narrativas, que son posibles gracias al formato digital, donde lo audiovisual, la multimedia y lo hipertextual pueden integrarse en un sólo sitio.

La difusión de Internet, las comunicaciones inalámbricas, los medios de comunicación digitales y una serie de herramientas de software social, han provocado el desarrollo de redes horizontales de comunicación interactiva que conectan lo local y lo global en cualquier momento (Castells, 2010, p.101). El poder de procesamiento de información y comunicación de Internet llega a todos los ámbitos de la vida social, a medida que los usuarios han ido incorporando nuevas formas de comunicación, edificado su propio sistema de comunicaciones a través de soportes como los SMS, los *blogs*, *podcasts*, *wikis*, el correo electrónico, las redes sociales, entre otros.

Las comunicaciones inalámbricas son medios de comunicación interactivos, que se “han convertido en plataformas de difusión para muy distintos tipos de productos digitalizados, como juegos, música, imágenes y noticias, así como mensajería instantánea que

²⁵ La sociedad de la información también se denomina como: sociedad del conocimiento (enfaticando así la importancia de la elaboración de conocimiento funcional a partir de la información disponible), sociedad del aprendizaje (aludiendo a la necesidad de una formación continua para poder afrontar los constantes cambios sociales), sociedad de la inteligencia (potenciada a través de las redes - inteligencia distribuida-), (Marqués, 2001).

abarca toda la gama de las actividades humanas, desde las redes de apoyo personal hasta las tareas profesionales” (Castells, 2010, p.101). Favoreciendo entre otras cosas el intercambio de información y la comunicación entre personas.

La digitalización como el desarrollo de software abierto ha generado nuevas formas de comunicación interactiva local-global, que es comúnmente creada por los usuarios. Con la expansión de Internet y la digitalización de todo tipo de documentos, se potenció tanto la comunicación entre personas como la trasmisión y confluencia de diversos formatos, integrándose de manera creativa por los usuarios para generar modos de expresión más acercados a un contacto cara a cara, siendo posible integrar, texto, imagen y video.

La comunicación inalámbrica amplía la capacidad de comunicación entre personas y a su vez ha multiplicado los puntos de acceso a Internet, siendo una de las comunicaciones dominantes sobre todo en los países desarrollados, “incrementando las posibilidades de comunicación multimodal de cualquier tipo de información en cualquier formato, entre todas las personas y desde cualquier lugar (Castells, 2010, p.99). La principal característica de la comunicación inalámbrica no es la movilidad sino la conectividad perpetua; esta perpetuidad permite a las personas estar en comunicación de forma constante y con mayor facilidad.

La Internet y las comunicaciones inalámbricas son medios de comunicación interactivos, en los que cada vez más se persive un lenguaje universal que integra globalmente la producción y distribución de palabras, videos, sonidos e imágenes dentro de un mismo soporte. “Éste es un nuevo ámbito de comunicación y, en última instancia, un nuevo medio sustentado por redes de ordenadores que hablan un lenguaje digital y cuyos emisores están repartidos e interaccionan por todo el mundo” (Castells, 2010, p 108).

La creciente interacción entre redes verticales y horizontales de comunicación, permite un proceso de complementariedad que da lugar a una nueva realidad mediática. Las actuales tecnologías están fomentando el desarrollo de espacios sociales que combinan la sociabilidad del mundo real con la interactividad de la virtualidad. De acuerdo con Castellls (2010), el desarrollo de las tecnologías han permitido la proliferación de espacios sociales en Internet, y comunidades en línea, que integran otras formas de interacción en la vida diaria, haciéndolas cada vez más híbridas.

Internet refleja el reconocimiento de la importancia del auge de esta nueva forma de comunicación social (Castells, 2010, p.108) que puede llegar a una audiencia global a través de las redes de conexión. Estas redes favorecen las comunicaciones, permitiendo que las personas a través de múltiples soportes y medios digitales, realicen conversaciones escritas con personas distantes; dentro de estas conversaciones, los usuarios utilizan el ciberlenguaje como un reflejo de proximidad.

2.2. La comunicación digital interactiva, confluencia de medios y lenguajes

La introducción de tecnologías digitales en el mundo contemporáneo, bajo atributos como la conectividad, interactividad, hipertextualidad e hipermedialidad, constituyen un nuevo sistema comunicacional que transforma las prácticas, discursos imaginarios y representaciones de la sociedad (Amador 2010, p. 147). La comunicación digital interactiva hace posible crear un sistema adecuado para tratar la diversidad de procesos y fenómenos que se generan dentro de un nuevo ecosistema de medios²⁶, haciendo posible desarrollar nuevas prácticas mediáticas que desarrollan jóvenes y adultos en el entorno digital para comunicarse.

La comunicación digital interactiva²⁷ es un modelo de comunicación emergente, que permite comprender la diversidad de tecnologías digitales que conforman un sistema de comunicación caracterizado por la interactividad y la hipertextualidad. Incorpora nuevos medios y formas de comunicación en diferentes géneros y formatos, que a su vez, han dado lugar a la producción de lenguajes, saberes y convergencias culturales que se vinculan estrechamente para conformar un ecosistema de medios, que superan las limitaciones que existían en los medios tradicionales (Scolari, 2008). Esta confluencia lenguajes y formatos hacen posible integrar códigos de comunicación como el ciberlenguaje, que combina signos, símbolos e imágenes adaptados a los usos y funciones del entorno digital.

²⁶ En este contexto la metáfora de ecosistema es la comunicación entendida como un conjunto de intercambios, hibridaciones y mediaciones dentro de un entorno donde confluyen tecnologías, discursos y culturas (Scolari, 2008, p. 26).

²⁷ Este concepto se desprende de la teoría de las hipermediaciones propuesta por Carlos Scolari (2008), sin embargo, en esta investigación no se desarrolla la teoría completa, solamente se enfoca en la comunicación digital interactiva.

La comunicación digital interactiva representa un espacio de convergencia tecnológica y cultural, caracterizada por la presencia de nuevas tecnologías de producción y distribución de contenidos. En el que confluye la aparición de formatos textuales multimedia e interactivos y la difusión de nuevos paradigmas de comunicación fundados en el modelo de redes; es decir, un modelo de comunicación de medios digitales interactivos ya no basados en la lógica del *broadcasting* que va del emisor al receptor, sino que se trata de un nuevo sistema de comunicación más dinámico que permite utilizar la actual diversidad de tecnologías digitales.

De acuerdo con Scolari (2008), las características que enmarcan a la comunicación digital interactiva describen una arqueología semántica que va desde las digitalizaciones, pasando por las hipertextualidades, reticularidades, interactividades, hasta llegar a las mutimedialidades, convergencias y remediaciones, como rasgos constitutivos y pertinentes de una nueva forma de comunicación.

La digitalización es un proceso que tiene la característica de convertir información analógica en digital. Cualquier tipo de documento escrito, gráfico o audiovisual al digitalizarse, se convierte en datos numéricos infinitamente modificables y reproducibles que facilitan la transmisión a larga distancia sin que la información se pierda en el camino, este proceso es fundamental porque posibilita nuevas formas de comunicación e interacción entre una o más personas, ubicadas en diferentes lugares.

El hipertexto es una herramienta informática que mediante unidades de información o nodos en red están interrelacionados a partir de referencias cruzadas o enlaces (*links*) de distintas clases, haciendo posible crear las bases para nuevas prácticas de escritura y lectura a través de textos electrónicos en los que se pueden incorporar otros formatos como imágenes, sonidos, cuadros, videos, entre otros; de esta manera una red hipertextual permite el acceso a cualquier cosa que este registrada en la red.

La reticularidad que presentan los medios de comunicación actuales deja atrás el modelo clásico de los medios masivos, al contar con la característica de configuración muchos a mucho, posibilitando que cualquier usuario pueda modificar contenidos dentro de una web construida con este tipo de tecnología. Contraponiéndose a las formas en que se venían desarrollando una gran parte de los avances tecnológicos dentro de una sociedad. De esta forma, la reticularidad modifica la cultura de los individuos, al permitir incor-

porar una serie de funciones que aumentan la posibilidad para interactuar con varios usuarios al mismo tiempo²⁸, ya sea de forma personalizada o por grupos (comunidades virtuales), con los cuales pueden compartir información.

La interactividad hace posible el intercambio de información y el diálogo entre usuarios a través de medios digitales. Los usuarios pueden conseguir y compartir cualquier tipo de información, utilizando varias formas de comunicación como la oral, la escrita, las imágenes, los sonidos, los videos, entre otras. “Hay interactividad en las comunicaciones sujeto-sujeto, pero también en los intercambios entre un sujeto y un dispositivo tecnológico. La interactividad se desarrolla en una interfaz que se podría definir como el lugar de la interacción” (Scolari, 2008, p.94).

Para poder entender la interactividad es necesario comprender los elementos de un proceso de comunicación. Existen cuatro entidades primordiales: el emisor, el medio, el mensaje y el receptor. El emisor es el productor de un mensaje que se envía a través de un medio para que llegue al receptor, hoy en día la interactividad desarrolla un rol fundamental en la web, debido a que los usuarios ya no son pasivos (anteriormente el usuario sólo era lector), sino que interactúan y pueden participar en la construcción de un determinado tema, lo que le permite compartir y crear un intercambio de ideas (Scolari, 2008).

La interactividad es aprovechada por jóvenes y adultos que a través de diferentes medios digitales hacen uso del ciberlenguaje como una forma de comunicación más expresiva y creativa. La participación activa de los usuarios brinda la posibilidad, para que las personas que se encuentran físicamente distantes, puedan mantener una comunicación más expresiva tratando de imitar “la conducta no verbal que producen los seres humanos en contactos físicos” (Yus, 2010, p.240), buscando hacer que la comunicación sea lo más humana posible.

La multimedialidad es uno de los elementos fundamentales de la vida digital (Scolari 2008, p.100). Cuando se habla de multimedia en el ámbito de la comunicación se alude a dos realidades: por un lado, a los lenguajes, y por otro, a los medios. En el plano de

²⁸ El modelo clásico de los medios masivos (uno a muchos) es desplazado por las nuevas formas reticulares e interpretativas de comunicación de sujetos interconectados tecnológicamente de manera reticular entre sí (muchos a muchos).

los lenguajes o plano comunicativo, el adjetivo multimedia identifica a aquellos mensajes informativos transmitidos, presentados o percibidos unitariamente a través de múltiples medios. En el plano de los medios, equivale a los "múltiples intermediarios" que pueden participar en la transmisión de un producto informativo (Salaverría, 2001).

La digitalización ha favorecido la convergencia de todo tipo de información en un único soporte (imágenes, sonidos, palabras). Dentro de este marco tecnológico el producto cultural es diseñado para ofrecer un sistema integral a sus audiencias, en un paquete textual que abarca todos los medios y lenguajes imaginables. En este sentido, desde el punto de vista de la comunicación digital interactiva, la multimedialidad realza la experiencia del usuario, el cual puede interactuar con textualidades complejas donde se cruzan y combinan diferentes lenguajes y medios.

Con la convergencia mediática, "los lenguajes comienzan a interactuar entre sí y emergen espacios híbridos que pueden dar origen a nuevas formas de comunicación" (Scolari, 2008, p. 104), posibilitando la participación activa entre los usuarios y el intercambio de información. Estos espacios de comunicación son aprovechados por jóvenes y adultos, con la intención de buscar una proximidad con quienes se encuentran alejados, utilizando el ciberlenguaje, como una forma de comunicación que establece una estructura entre la oralidad y la escritura.

2.3. Apropiación de la tecnología y prácticas mediáticas

Para desarrollar una cultura digital es necesario cambiar comportamientos y modificar hábitos en los cuales apropiarse de las tecnologías es fundamental. Las personas con frecuencia incorporan las tecnologías de la información y la comunicación dentro de sus prácticas cotidianas, apropiándose de ellas para enviar y recibir información, interactuar y comunicarse. El apropiarse de las innovaciones tecnológicas, es apropiarse también de las condiciones de acceso y uso²⁹, elucidar los modos típicos de apropiación de los recursos tecnológicos, permite identificar algunas de las características que enmarcan el uso del ciberlenguaje por parte de jóvenes y adultos.

²⁹ El acceso está vinculado con la disponibilidad de recursos para los usuarios, es decir, les permite una infraestructura de entrada o el paso de manera igualitaria y democrática a las innovaciones tecnológicas. El uso adquiere una dimensión más personal caracterizada por factores tales como las habilidades tecnológicas y el capital cultural de cada individuo o comunidad (Crovi, 2012, p.155).

La apropiación de estos recursos digitales, se refleja en la capacidad de los individuos -en especial los más jóvenes- para adueñárselos e incorporarlos cada quien a su medida en la vida cotidiana (Crovi, 2012, p.149). Es decir, cuando alguien se adueña de un objeto, manifiesta un interés por hacerlo propio, lo que conlleva a un cambio en las prácticas culturales, aunque es importante considerar que no necesariamente se presenta igual en todos los individuos. Este cambio también se ve reflejado en el ciberlenguaje, al presentarse como una forma de comunicación no verbal, que permite a los individuos apropiarse de él, como parte de sus prácticas cotidianas que realizan en la red.

El proceso de apropiación está inserto en la dinámica de construcción identitaria, debido a que modifica al sujeto que experimenta y, por lo tanto, transforma también su relación con los demás y su entorno (Crovi, 2012, p.57). La identidad es el resultado del proceso dinámico de relacionarnos en la medida en que nos apropiamos de nuevos recursos tecnológicos para comunicarnos. Apropiarse del ciberlenguaje es una construcción identitaria que permite a los sujetos (jóvenes-adultos) identificarse entre ellos y diferenciarse con respecto a otros.

La apropiación es participativa, debido a que las personas se apropian de los procesos sociales en los que participa de un modo activo. La incorporación de las tecnologías digitales en la vida diaria, debe enmarcarse en un proceso de apropiación cultural que se produce en su entorno, sin estos elementos, es difícil o imposible hablar de una construcción social del saber que dé lugar a una sociedad del conocimiento. La apropiación encierra la posibilidad del ser humano de transformar su entorno, ya sea de manera individual o colectiva (Crovi, 2012).

La apropiación social tiene lugar en medida que los individuos personalizan y hacen propia la tecnología; las prácticas sociales se identifican como un elemento clave en la construcción de un nuevo tipo de sociedad, caracterizada por el uso cotidiano de la tecnología, lo que a su vez genera una transformación cultural originada por la apropiación individual o colectiva de las innovaciones tecnológicas. Esta apropiación también se refleja en las redes sociales³⁰ “donde se manifiesta más una tendencia tecnológica, una di-

³⁰ Las redes sociales constituyen la estructura fundamental de la vida, de ninguna forma son específicas del siglo XXI, ni de una organización humana específica. Desde siempre, el ser humano se ha caracterizado por contar con redes sociales que los representen y les permitan comunicarse entre sí. “Las redes sociales son tan

mentión relacional generadora de novedosa prácticas sociales y culturales” (Crovi 2012, p.159), posibilitando a los usuarios comunicarse y acceder a contenidos de todo tipo.

En el campo de las innovaciones digitales, la apropiación no es sólo hacer propio un objeto tecnológico, sino ser partícipe del cambio social y cultural. La apropiación se produce a partir de las prácticas que realizan las personas mediante el uso de la tecnología, en el cual no sólo tiene acceso a ellas, sino que cuenta con habilidades para usarlas. Con el ciberlenguaje sucede algo similar, tanto jóvenes como adultos lo utilizan como parte de sus prácticas cotidianas de comunicación, haciéndose partícipes de él, mediante las conversaciones y publicaciones que realizan a través de la comunicación digital interactiva.

La apropiación debe verse como prácticas situadas, es decir, prácticas que ocurren en contextos sociohistóricos particulares, en tiempos y lugares particulares, ya sea aisladas o en compañía de otras (Thompson, 2006). En el entorno digital, las prácticas que realizan los usuarios son consideradas como mediáticas; las prácticas mediáticas “son las operaciones multiformes y fragmentarias que constituyen los modos de empleo de las innovaciones tecnológicas mediáticas, una forma de analizarlas es a través de la lógica práctica en la cual se dan, es decir, en su *habitus* o “contexto de uso”. (Padilla 2012, p.31). La apropiación del ciberlenguaje puede verse como una práctica mediática empujada en medios digitales de comunicación, con características textuales de construcción, con posibilidades diversas y activas, que pueden articularse con otras prácticas sociales.

En general, los modos de apropiación quedan circunscritos por la naturaleza de los medios técnicos de difusión; los cambios que se dan en estos medios pueden alterar de manera significativa los modos de apropiación. Padilla (2014) establece diez categorías que permiten distinguir las características de las prácticas mediáticas que realizan las personas en Internet, estas son: comerciales, entretenimiento, información para uso personal, información sobre lo público, académicas-educativas, laborales, lúdico creativas, políticas, sociales, y trámites administrativos.

antiguas como la propia humanidad, pero han cobrado nueva vida bajo el informacionalismo porque las nuevas tecnologías realzan la flexibilidad inherente a las redes”. (Castells, 2004, p.116).

Estas categorías fueron retomadas en esta investigación para obtener una descripción de la apropiación cotidiana del ciberlenguaje que jóvenes y adultos emplean en los medios digitales de comunicación que tienen a su disposición, para realizar conversaciones escritas y publicaciones.

2.4. La cultura y el ciberlenguaje como una forma de socialización

El ciberlenguaje debe ser interpretado, no sólo, como un fenómeno emergente derivado del texto o del lenguaje escrito empleado en entornos digitales de comunicación, sino también, como un instrumento de comportamientos y representaciones que se utiliza en ciertas acciones y prácticas pertenecientes a una sociedad o grupo. De aquí la necesidad de integrar en el estudio la correlación que tiene la cultura y el ciberlenguaje como una construcción de hechos simbólicos.

Desde el punto de vista sociológico, Tylor en 1861 define a la cultura³¹ como un conjunto complejo que abarca los conocimientos, las creencias, el arte, el derecho, la moral, las costumbres y los demás hábitos y aptitudes que el hombre adquiere al ser miembro de la sociedad, esta definición se considera clásica y fundacional. A partir de aquí, se han desarrollado un sinnúmero de definiciones enfocadas desde diversas teorías y disciplinas sociales en contextos particulares, integrando el concepto en forma esquematizada en costumbres, tradiciones, conductas, hábitos.

La cultura “alude a una variedad de fenómenos y a un conjunto de preocupaciones que hoy día comparten analistas que trabajan en diversas disciplinas, que van de la sociología y la antropología a la historia y la crítica literaria” (Thompson, 2006, p.183). Para esta investigación la concepción simbólica o semiótica de la cultura es clave, esta puede definirse como “el proceso de continua producción, actualización y transformación de modelos simbólicos a través de la práctica individual y colectiva, en contextos históricamente específicos y socialmente estructurados” (Giménez, 2007, p.39).

³¹ El término de cultura proviene de la raíz “cultus” del latín 'cultivado', que era utilizado en un principio para referirse al cultivo de la tierra, con el transcurso del tiempo adquirió el significado que utilizamos en la actualidad en “todo el universo de las representaciones del mundo y de la vida. La cultura expresa la vida del sentido y el sentido de las vidas. Esa segunda naturaleza plena de símbolos, textos y meta-textos que la especie humana genera para sobrevivir” (González, 2003, p.13), de manera que “la cultura se quiere referir a algo que ha sido cultivado con esfuerzo y que, además, se espera que dé grandes resultados, en este caso para la sociedad” (Hernández, 2011, p.176).

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

De acuerdo con Zalpa (2011), la cultura es “la significación social de la realidad y su relación con la conducta de los seres humanos en sociedad” (Zalpa, 2011, p. 147), esta postura retoma la aportación de Geertz que define la cultura como un esquema históricamente transmitido de significaciones representadas en símbolos, un sistema de concepciones heredadas y expresadas en formas simbólicas por medio de las cuales los hombres comunican, perpetúan y desarrollan su conocimiento y sus actitudes frente a la vida.

Teóricamente la formulación del “concepto de cultura atraviesa por tres fases sucesivas –la fase concreta, la abstracta y la simbólica – caracterizadas respectivamente por otros conceptos claves: costumbres, modelos y significados” (Giménez, 2007, p.26). En la fase concreta, la cultura tiende a definirse como el conjunto de costumbres y formas o modos de vida que caracterizan e identifican a un pueblo; por su parte, la fase abstracta hace referencia a modelos de comportamiento y normativos que regulan a las personas pertenecientes a un mismo grupo social; finalmente, la fase simbólica se describe como una telaraña de significados o estructuras de significación socialmente establecidas.

El enfoque simbólico de la cultura en el mundo de las representaciones sociales materializadas en formas sensibles, también llamadas “formas simbólicas”, todo puede servir como soporte simbólico de significados, entre ellos no sólo la cadena fónica y la escritura, sino también los modos de comportamiento, las prácticas sociales, los usos y costumbres, la alimentación, entre otras. Lo simbólico recubre el vasto conjunto de los procesos sociales de significación y comunicación. Este conjunto puede desglosarse, a su vez, en tres grandes problemáticas: (Giménez, 2007)

La problemática de los códigos sociales, que pueden entenderse como sistemas articulatorios de símbolos, en diferentes niveles, ya sea como reglas que determinan las posibles articulaciones o combinaciones ente los mismos en el contexto apropiado (Giménez, 2007, p.32). Ninguna forma de vida o de organización social puede concebirse sin esta dimensión simbólica, como parte integral de la vida social o dimensión constitutiva de todas las prácticas sociales.

La problemática de la producción de sentido y por tanto, de ideas, representaciones y visones del mundo, tanto en el pasado como en el presente, se refiere no sólo a la realidad del símbolo y su función de significación, sino que abarca diferentes empleos que

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

los usuarios hacen de él para actuar sobre el mundo y transformado en función de sus intereses. El símbolo y la cultura, no es solamente un significado producido como un texto, sino también un instrumento de intervención sobre el mundo y dispositivo de poder (Giménez, 2007).

En el proceso de simbólico la cultura está inmersa en el interjuego de las interpretaciones consolidadas o innovadoras presentes. De esta forma la concepción semiótica de la cultura nos obliga a vincular los modelos simbólicos a los actores que los incorporan subjetivamente y lo expresan en sus prácticas, bajo el supuesto de que no existe cultura sin actores ni actores sin cultura (Giménez, 2007).

Desde la perspectiva simbólica de Thompson (2006), formula la concepción estructural de la cultura, señalando que los fenómenos culturales pueden entenderse como formas simbólicas en contextos sociales estructurados en los cuales se producen y reciben. La concepción estructural de la cultura, proporciona una base sobre la cual se puede empezar a hablar del surgimiento y el desarrollo de la comunicación masiva.

La comunicación masiva trata de la producción y transmisión de las formas simbólicas. La comunicación de masas es ciertamente una cuestión de tecnología y de poderosos mecanismos de producción y transmisión; pero también es una cuestión de formas simbólicas, de expresiones significativas de diversos tipos, que son producidas, transmitidas y recibidas por conducto de las tecnologías desplegadas por las industrias de los medios. (Thompson, 2006, p.185)

El concepto de cultura está irremediabilmente ligado a la modernidad (Giménez, 2007, p.28), el surgimiento de la comunicación masiva se puede entender como la aparición de una serie de instituciones relacionadas con la valoración económica de las formas simbólicas y con su circulación extendida en el tiempo y en el espacio. A partir del rápido desarrollo de estas instituciones y de la explotación de nuevos recursos técnicos, la producción y circulación de las formas simbólicas fue mediada cada vez más por las instituciones y los mecanismos de la comunicación masiva. Este proceso penetrante e irreversible de mediatización de la cultura, acompañó el surgimiento de las sociedades recientes, las constituyó y las definió como modernas (Thompson, 2006, p. 240).

El desarrollo de la comunicación de masas es una transformación fundamental en continuo cambio en la manera en que se producen y circulan las formas simbólicas en las sociedades modernas, con el surgimiento de los medios digitales de comunicación se sigue dando una transformación, pero ahora posee un carácter global. Este desarrollo tecnológico viene aparejado con cambios en la estructura social, marcadas por el impulso de las tecnologías que dieron paso a un nuevo sistema de comunicación que permite la integración de todos los medios de comunicación en un mismo lugar. Hoy en día los medios de comunicación digitales tienen una enorme influencia en la vida de las personas, las nuevas formas de comunicación están transformando la forma de organización, socialización y de cultura.

Si trasladamos la fase simbólica de la cultura a este estudio desde la perspectiva de los sujetos y no de las cosas, se puede identificar que jóvenes y adultos como actores sociales incorporan subjetivamente el ciberlenguaje en sus prácticas mediáticas que realizan, no sólo como un medio de comunicación o lenguaje escrito, sino también como un instrumento de identidad o dispositivo de poder. Considerando que “la cultura y la identidad no son inamovibles, esencias eternas y estáticas, sino fenómenos en movimiento, en el péndulo de la tradición y la innovación” (Giménez, 2007, p.11).

2.4.1. La identidad

La relación simbólica que existe entre “la cultura y la identidad se presentan como dos temas complejos e indisolubles pertinentes en la época actual, en los que resulta cada vez más necesario contribuir a la discusión intelectual que pueda incidir en las diversas realidades sociales (Giménez, 2007, p.10). Para este estudio, el ciberlenguaje se presenta como un elemento de identidad que utilizan jóvenes y adultos a través de las prácticas mediáticas que realizan a través de los mensajes cortos de telefonía móvil, la red social *Facebook* y el correo electrónico. En tal sentido, la identidad se coloca como un concepto central, ya que en el proceso de interacción implica que los interlocutores involucrados se reconozcan recíprocamente mediante la puesta en relieve de alguna dimensión pertinente de su identidad.

La identidad de un sujeto se caracteriza ante todo por la voluntad de distinción, demarcación y autonomía con respecto a los otros sujetos. Se trata de una serie doble de atributos distintivos; los atributos de pertinencia social que implican la identificación del

individuo con diferentes categorías, grupos u colectivos sociales; y los atributos particularizantes que determinan la unicidad idiosincrásica del sujeto en cuestión. Por lo tanto, la identidad contiene elementos de lo “socialmente compartido” resultante de la pertinencia a grupos y otros colectivos y de lo individualmente “único” (Giménez, 2007).

La identidad constituye un elemento vital de la vida social, hasta el punto de que sin ella sería inconcebible la interacción social (Giménez, 2007, p.54), constituyendo uno de los parámetros cruciales que describen al actor social, donde el individuo se define principalmente por el conjunto de pertenencias sociales (como la etnicidad, los grupos de edad, la clase social, el género, entre otros) que comparte con quienes interactúa, para que exista social y públicamente.

La identidad consiste en la apropiación distintiva de ciertos repertorios culturales que se encuentran en un grupo o entorno social, que permite marcar fronteras y diferencias en relación con otros actores a través de una constelación de rasgos culturales distintivos. Si lo trasladamos a esta investigación, se puede decir que la apropiación que jóvenes y adultos hacen del ciberlenguaje se presenta como un rasgo distintivo de identidad que les permite diferenciarse de los demás a través de las prácticas mediáticas en donde lo utilizan, como parte de un proceso de socialización.

Giménez (2007) distingue dos formas de identidades, la identidad individual y la colectiva. Ambas tienen “la capacidad de diferenciarse de su entorno, definir sus propios límites, de situarse en el interior de un campo y de mantener en el tiempo el sentido de tal diferencia y delimitación, es decir, de tener una ‘duración’ temporal” (p.67). Sin embargo, responden a ontologías y mecanismos muy diferentes en proceso de construcción y conformación.

La identidad individual “tiene que ver con la idea que tenemos acerca de quiénes somos y quiénes son los otros, es decir con la representación que tenemos de nosotros mismos en relación con los demás” (Giménez, 2007, p.60). Esta identidad se forma mediante el aprendizaje que las personas adquieren al socializar con la familia, los amigos, maestros y autoridades, a partir de sus prácticas en las que involucran entre otras cosas costumbres, tradiciones y celebraciones. De esta forma, “los individuos interiorizan ciertas normas y valores que acompañan su identidad, y eso permite que sus comportamientos sean previsibles para los demás” (Giménez, 2007, p.78).

Por su parte, las identidades colectivas se conciben como un conjunto de prácticas sociales, que involucran a un cierto número de individuos o de grupos, con características similares en la contigüidad temporal espacial, que implica un campo de relaciones sociales. Las acciones colectivas que realizan, suponen actores colectivos dotados de identidad que dan sentido a las acciones que realizan, su unidad distintiva radica en la interactiva compartida por un cierto número de individuos en acciones recurrentes que los mantiene juntos.

Estos elementos son definidos a través de un lenguaje compartido por una porción o la totalidad de la sociedad –o también por un grupo específico-, y son incorporados a un conjunto determinado de rituales, prácticas y artefactos culturales, todo lo cual permite a los sujetos involucrados asumir las orientaciones de la acción así definidas como “valor” o, mejor como “modelo cultural” susceptible de adhesión colectiva (Giménez, 2007, p.69).

Las identidades colectivas aluden a prácticas sociales que incluyen un número de individuos o grupos, que a su vez implica un cierto grado de involucramiento emocional, que “permite a los individuos sentirse parte de una común unidad, en donde las pasiones y los sentimientos, el amor y el odio, la fe y el miedo forman parte de un cuerpo que actúa colectivamente” (Giménez, 2007, p.70).

El uso del ciberlenguaje que utilizan jóvenes y adultos en las conversaciones y publicaciones que realizan a través de los medios digitales de comunicación, tiene rasgos distintivos de una identidad, su uso permite a las personas diferenciarse de los demás y definir límites con respecto a otros. En las identidades individuales el ciberlenguaje se presenta como un instrumento de identificación y socialización, para estar en contacto entre pares o personas cercanas, así como para diferenciarse de los demás.

En el territorio virtual se redefine la identidad colectiva, debido a que los medios digitales de comunicación hacen posible la adición de grupos que mantiene una relación con otros que no necesariamente estén en mismo espacio y territorio, pero que sin embargo comparten ciertos intereses. Dentro de estos grupos, el uso del ciberlenguaje hace posible imitar ese involucramiento emocional que caracteriza a las comunidades colectivas al incorporar en su escritura una serie de símbolos, signos, números y códigos, con el

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

fin de representar las emociones, los gestos, el tono de voz y otras formas similares de interacción.

Los medios digitales de comunicación permiten la construcción de un nuevo tipo de interacción social, en el que las personas tienen la posibilidad de probar identidades nuevas, que les facilitan acceder a una cantidad de acciones, que antes sólo eran posibles si las personas se encontraban frente a frente. El advenimiento de las identidades modernas se atribuye a “la velocidad de los cambios provocados por la globalización y la revolución tecnológica de las comunicaciones que les sirve de soporte. Estos cambios habrían erosionado dramáticamente la estabilidad de las bases sociales y culturales que anteriormente sustentaban las identidades” (Giménez, 2007, p.76).

De esta forma, se observa como la globalización está provocando una serie de mutaciones entre unas sociedades y otras. En donde Internet y los medios digitales de comunicación se constituyen como un espacio que potencia las posibilidades de acceder a nuevas comunidades con fines en común, en el cual las personas se apropian de algunos elementos de múltiples sociedades, adquiriendo no sólo una identidad sino varias, de esta forma los intereses e identidades que caracterizan a las sociedades modernas están experimentando hibridaciones en las identidades.

Hoy, como nunca, la identidad está atravesada por fuerzas que rebasan la dimensión local y la conectan a "comunidades imaginarias" (Reguillo, 2000, p. 70). El ambiente tecnológico mediático en el que se vive desborda los límites geográficos, posicionando a los jóvenes como sus principales aliados, que crean identidades propias que los identifiquen dentro y fuera de los entornos virtuales. El uso del ciberlenguaje que se desarrolla en estos medios digitales no es exclusivo de los jóvenes, sin embargo son quienes más lo utilizan, al ser un medio de interacción que les permite comunicarse entre pares y adquirir una identidad que los diferencie de los demás.

2.4.2. Culturas juveniles

A los jóvenes les gusta ser diferentes y distinguirse del resto de la sociedad, ocasionalmente han sido considerados como rebeldes sin causa, chavos banda, hippies, entre otros; son relajados y buscan reunirse en grupos de iguales para lograr progresivamente una autonomía ante la familia y ante la sociedad. En tiempos actuales la tecnología y las

comunicaciones nos ha rebasado y la juventud ha pasado a un primer plano, ellos se han apropiado de estos medios con mayor facilidad, tornándose visibles en la sociedad.

El vestuario, la música, el acceso a ciertos objetos emblemáticos, constituyen hoy una de las más importantes mediaciones para la construcción identitaria de los jóvenes, (Reguillo, 2000, p.27). A lo largo de la historia los movimientos juveniles han sido considerados como actos de rebeldía, pero también de identidad, debido a que buscan ser diferentes, originales y por supuesto estar a la moda. Los jóvenes son renuentes a integrarse a la cultura oficial y en su afán de sentirse libres y autosuficientes en su momento “desarrollaron una cultura propia, alternativa que recibió el nombre de contracultura” (Rodríguez, 2002, p. 30) la cual se caracterizó formalmente por un énfasis en la música rock, las drogas, lo hippie, entre otras; “la contracultura tiene por signo definitorio, operar a espaldas de la cultura oficial” (Reguillo, 2000, p. 30), es decir, choca con lo establecido dentro de una sociedad.

Los jóvenes han ganado un lugar en el discurso de lo cultural, han levantado la voz por su integración, su moda, su territorialidad y su esencia. El joven³² como futuro agente social, desprende las viejas formas de pensar y establece nuevos valores, que por esencia son funcionales tanto para sí mismos como para la sociedad. Estos valores son la base de la formación de nuevos grupos y culturas juveniles que implican entender que “los jóvenes no están "fuera" de lo social, que sus formas de adscripción identitaria, sus representaciones, sus anhelos, sus sueños, sus cuerpos, se construyen y se configuran en el "contacto" con una sociedad de la que también forman parte (Reguillo, 2000, p.144).

Las identidades juveniles no pueden pensarse al margen de las transformaciones en las coordenadas espacio-temporales de la llamada "sociedad red"; resulta factible su análisis si se soslaya el importante papel que el mercado está jugando en la redefinición de las relaciones entre el Estado y la sociedad. El tiempo y el espacio

³² Ser joven no es sólo una etapa de transición hacia el estado adulto. Sino que más bien es una etapa de la vida de hombres y mujeres jóvenes que denotan y expresan una compleja diversidad de intereses, emociones, miedos, anhelos, frustraciones, afecciones, pasiones modo de ser, creencias, concepciones e imaginación del mundo, que dan cuenta de grupos humanos con características propias (Montiel, 2006, p.127). Es importante enfatizar que la categoría "joven", en tanto sujeto social, constituyen un universo social cambiante y discontinuo, cuyas características son resultado de una negociación-tensión entre la categoría socio-cultural asignada por la sociedad particular y la actualización subjetiva que sujetos concretos llevan a cabo a partir de la interiorización diferenciada de los esquemas de la cultura vigente. (Reguillo, 2000)

son coordinadas básicas para la vida social. Y también ellas se ven enfrentadas a múltiples tensiones por la aceleración y la contracción o expansión en la era de las nuevas tecnologías de información (Reguillo, 2000, p.69).

Pensar a los jóvenes en contextos complejos demanda una mayor articulación entre las diferentes escalas (locales y globales) y, un tejido más fino en la relación entre las dimensiones subjetivas y los contextos macrosociales. Lo cultural tiene hoy un papel protagónico en todas las esferas de la vida. Puede aventurarse la afirmación de que se ha constituido en un espacio al que se han subordinado las demás esferas constitutivas de las identidades juveniles. Es en el ámbito de los significados, los bienes y los productos culturales donde el sujeto juvenil adquiere sus distintas especificidades y donde despliega su visibilidad como actor situado socialmente con esquemas de representación que configuran campos de acción diferenciados (Reguillo, 2000).

Las culturas juveniles surgidas a partir del rompimiento de los valores establecidos por tradición durante años se han quebrado poco a poco, y han dado lugar a la experimentación de nuevas formas de vida y de expresión social. Las culturas juveniles han encontrado en sus colectivos, elementos que les permiten compensar este déficit simbólico, generando diversas estrategias de reconocimiento y afirmación, entre las que se destaca el uso de objetos, marcas y lenguajes particulares. (Reguillo, 2000, p.100). El uso selectivo de lenguajes como lo es el ciberlenguaje, que permite a los jóvenes apropiarse de él, utilizándolo como un signo de identificación en el que imprimen su propio estilo sin reglas ni limitaciones, lo que les permite identificarse con los iguales y diferenciarse del resto de la sociedad, especialmente del mundo adulto.

Los jóvenes son los principales protagonistas y aliados en el uso de los medios digitales de comunicación debido a que los utilizan en su vida como parte de sus actividades cotidianas. Ellos han desplegado su comportamiento social hacia los mundos mediáticos, por tanto están construyendo nuevos entornos sociales y comunidades virtuales dentro del mundo ya existente. Winocur (2010) señala que en las comunidades virtuales, las redes sociales *online* y el celular se han legitimizado particularmente entre los jóvenes como nuevas formas de inclusión social, creado una identidad propia que los identifica en la sociedad y en las comunidades virtuales. En el fondo se trata de una batalla por forjar

una identidad cuyo signo más distintivo es garantizar la visibilidad y el reconocimiento en el mundo y sus vínculos sociales.

La emergencia de las culturas juveniles es un fenómeno cultural en el tiempo, porque marca una serie de diferenciaciones en el orden social, se materializa en el espacio en la manera como se constituye un presente que parece borrar y tensar el pasado. El ambiente tecnológico mediático en el que vivimos ayuda a comprender la cultura actual de los jóvenes, el uso del ciberlenguaje les atribuye significados para reafirma su identidad, este lenguaje desarrollado en espacios digitales de comunicación, da vida a un estilo de escritura particular, al emplear nuevos códigos que combinan letras, signos, símbolos y números, así como emoticones, con la intención de escribir como se habla, es decir, tratando de aproximarse lo más posible a lo que sería una conversación cara a cara.

La creciente incorporación de los medios digitales de comunicación, ha contribuido para que los jóvenes utilicen el ciberlenguaje como una jerga³³ juvenil, que les permite economizar palabras, así como simplificar la complejidad del lenguaje y los códigos establecidos. Este lenguaje está impregnado de creatividad y emotividad, su uso les brinda la posibilidad de poder comunicarse entre pares para conservar la función de lo que simboliza la identidad de un grupo, así como resolver el problema de la ausencia física de la persona y en cierta forma marcar un límite con respecto a los adultos y a su entorno.

2.4.3. Diferencias generacionales

A través del tiempo siempre han existido diferencias entre generaciones, los jóvenes continuamente se quieren separar de la sociedad adulta, buscando tener su propia identidad, intimidad y libertad. Con la llegada de la digitalización estas diferencias se hacen más evidentes, ahora los jóvenes han ganado terreno en la sociedad, debido a que nacieron y crecieron con los medios digitales de comunicación y por lo tanto los consideran parte de su entorno, mientras que los adultos han tenido que adaptarse poco a poco a este nuevo ecosistema de medios, que constantemente los pone en desventaja frente a los jóvenes.

³³ Jerga es el nombre que recibe una variedad del habla diferenciada de la lengua estándar, en ocasiones esta puede ser incluso incomprensible para los hablantes de la misma.

Las jergas juveniles son usos lingüísticos apartados de la variedad estándar, algunas se basan en la diferencia de edad, por ejemplo ciertos términos son utilizados de forma casi exclusiva por los jóvenes, tienen el mismo carácter definitorio que otros signos externos de otro tipo, como pueden ser la ropa, el peinado, o la utilización de otros accesorios como tatuajes o *piercings*.

Las aparentes diferencias generacionales que existen entre jóvenes y adultos por el uso de los medios digitales de comunicación y el ciberlenguaje, son factores que dificultan la comprensión intergeneracional. El uso del ciberlenguaje desarrollado en entornos digitales de comunicación no remite únicamente a jóvenes, sin embargo son quienes con frecuencia se les considera como los principales usuarios, ellos se han empoderado a mayor escala del mundo digital, lo que les permite separarse de los adultos y al mismo tiempo hacerse visibles en la sociedad.

Los planteamientos hechos en 1969 por Margaret Mead (2006) se “colocan como un punto clave para la reflexión, el quiebre en los modos de transmisión de los conocimientos y valores de una sociedad (Reguillo, 2000, p.66). La antropóloga recurre a un triple esquema para explicar la reproducción sociocultural; señalando que existen tres tipos de culturas: la *postfigurativa*, en la que niños y jóvenes aprenden de sus mayores y se rigen por patrones tradicionales del pasado; la *configurativa*, en la que tanto niños y adultos aprenden de sus pares; y la *prefigurativa* en la que los adultos aprenden de los niños.

Estas culturas permiten puntualizar las diferencias culturales que han logrado establecer vínculos entre generaciones que conviven hasta hoy. Las dos primeras culturas no tienen relación directa con el objeto de estudio, sin embargo conforman un precedente para comprender su relación con la cultura *prefigurativa*, que es la que se retoma para comprender las diferencias que existen entre jóvenes y adultos, por el uso de los medios digitales de comunicación y el ciberlenguaje. Esta cultura es la que se asemeja a la época actual por estar más orientada hacia el futuro, en donde los adultos aprenden de los miembros jóvenes del grupo, debido a que los cambios son más acelerados.

En la cultura *postfigurativa*, el futuro de los niños está contenido en el pasado de los abuelos, es decir los niños aprenden prioritariamente de los mayores. El eje de este modo cultural se sostiene sobre el convencimiento de que la forma de vivir y saber de los ancianos es inmutable, aquí la transición de experiencias de los adultos son el futuro de cada nueva generación. En esta cultura los adultos no púen imaginar que sus hijos tengan un futuro distinto que el de sus propias vidas pasadas, aquí el pasado de los adultos es el futro de cada nueva generación, “el futuro de los niños está plasmado de modo tal que lo

que sucedió al concluir la infancia de sus antepasados es lo que ellos también experimentarán después de haber madurado” (Mead, 2006, p.39).

Esta cultura depende de la presencia real de tres generaciones, por lo que es peculiarmente generacional, los mayores no pueden imaginar el cambio y en consecuencia, sólo son capaces de transmitir a sus descendientes esa idea de continuidad inmutable, buscan estar agrupados ratificando su identidad con los antepasados.

La cultura postfigurativa es completamente configurada, debido a que en ella no hay prácticamente cambios, los niños reciben los conocimientos básicos a una edad temprana, son formados en modelos o patrones de conducta que repiten los modos de comportamiento de los abuelos, es decir, no hay cambios, más bien es característico que estén íntimamente vinculados con su habitat. Esta cultura ha sido típica de las sociedades humanas durante el curso de milenios o desde el comienzo mismo de la civilización.

Por su parte, la cultura cofigurativa, es aquella en que el modelo prevaleciente para los miembros de la sociedad reside en la conducta de sus contemporáneos, aquí tanto los niños como los adultos aprenden de sus pares, por lo que el modelo prevaleciente para los miembros de la sociedad reside en la conducta de sus antepasados. De este modo los ancianos continúan predominando, en medida que fijan el estilo y estipulan los límites dentro de los cuales la configuración se expresa en el comportamiento de los jóvenes.

En esta cultura, hay sociedades en donde es esencial que los ancianos presten su consentimiento antes de que se acepte la nueva conducta, donde los jóvenes no recurren a sus pares sino sus mayores en busca de la aprobación final del cambio. Pero al mismo tiempo, ahí es donde impera la expectativa compartida, los miembros de cada generación plasman sus conductas imitando las de sus contemporáneos y sobre todo la de sus pares adolescentes, por lo que sus comportamientos difieren de los de sus padres y abuelos, aquí cada individuo se convierte hasta cierto punto en un modelo para los otros de su generación en la medida en que corporiza exitosamente a nuevo estilo (Mead, 2006).

La configuración se produce en circunstancias en que la experiencia de la joven generación es radicalmente distante de la de sus padres, abuelos y otros miembros más ancianos de la comunidad inmediata. Ya sea que se trate de que los jóvenes formen la

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

primera generación nativa de un grupo de inmigrantes, o que sean los primeros miembros por derecho de nacimiento de un nuevo culto religioso, o que integren la primera generación educada por un grupo de revolucionarios triunfantes, entre otras.

Los progenitores no pueden proporcionarles modelos vivos apropiados para su época, ellos mismos deben desarrollar nuevos estilos fundados sobre su propia experiencia y proporcionar modelos para sus pares. Las innovaciones que introducen los hijos de los pioneros, o sea de quienes fueron los primeros en ingresar en el nuevo territorio o en el nuevo tipo de sociedad, revisten rasgos de adaptabilidad de los mayores, estando siempre atentos a su propia experiencia dentro del nuevo mundo religioso o posrevolucionario, que lo deben interpretar como una prolongación de su propia actividad tesonera.

La cultural prefigurativa está más orientada hacia el futuro, los adultos aprenden de los miembros jóvenes del grupo debido a que los cambios son más rápidos y acelerados, su característica más representativa es la aparición de una comunidad mundial. Por primera vez los seres humanos se han congregado, en razón de la información que unos tienen acerca de los otros y de las relaciones que los unos provocan en los otros, en una comunidad unida por el conocimiento y el peligro compartidos. En esta cultura lo más importante es que los cambios se han registrado casi simultáneamente dentro del ciclo vital de una generación, y su impacto es mundial.

Los postulados de la cultura prefigurativa, fueron planteados para las generaciones de los 80's, sin embargo, tiene mucha similitud con lo que pasa en este mundo contemporáneo en el que las tecnologías de la información y comunicación forman parte de las actividades cotidianas de la mayoría de las personas, ahora los jóvenes se vuelven reproductores de conocimientos para los adultos, debido a que nacieron y crecieron cuando las tecnologías digitales ya habían surgido, se trata de un momento histórico sin precedentes en el que los jóvenes adquieren y asumen una nueva autoridad mediante su captación prefigurativa del futuro aún desconocido (Mead, 2006).

Se puede considerar que las sociedades actuales se asemejan a las culturas prefigurativas, los jóvenes parecen estar más preparados y aptos para adaptarse a una realidad cambiante, a un entorno incierto, a vínculos y horizontes fluidos, inestables. Para ellos, las generaciones previas no otorgan certezas ni aportan certidumbres, como pudieron haberlo hecho en el pasado los vínculos pre y cofigurativos, oportunidad en la que

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

tanto las instituciones como las promesas de los dogmas y verdades absolutas modernas aportaban marcos de referencia estables (Gordillo, 2014).

En las culturas prefigurativas, existe un quiebre general con el pasado, el escenario social está experimentado un nuevo momento cultural, donde pasado y presente se reconfiguran a partir de un futuro incierto, ahora los jóvenes son los actores mejor dotados para asumir la irreversibilidad de los cambios operados por elementos tales como la mundialización, el desarrollo tecnológico, la internacionalización de la sociedad, entre otros (Reguillo, 2000), mientras que los adultos como portadores de viejas culturas, no están preparados para enfrentar las nuevas condiciones de la vida contemporáneas, por lo que con frecuencia luchan para adaptarse a ellas.

Ahora, “aquello que fue vivido como normal en una generación ya no lo es en la siguiente, generando tensiones y poniendo en cuestión el orden establecido en una dinámica instituyente que generará otro estado y derivará en renovadas identidades socioculturales” (Gordillo, 2014, p.6). Sin embargo, eso no es lo único que separa a los jóvenes de los adultos, la incorporación de los medios digitales de comunicación ofrece nuevos modos de relación y de acceso a un universo antes impensado, dándole un giro al ambiente social y cultural, en el cual los jóvenes están familiarizados y los adultos se han ido adaptando.

Por lo tanto, el acceso a los medios digitales de comunicación se vuelve cada vez más frecuente dentro de los procesos de socialización, hoy en día los jóvenes y los adultos pueden interactuar y establecer contacto con personas físicamente distantes de forma casi instantánea. En este tipo de comunicación “el lenguaje juega un rol ineludible tanto en lo individual como en lo social, al transmitir los valores culturales que consolidan una identidad determinada” (Gordillo, 2014, p.2). El lenguaje escrito es recurrente en estos medios, su uso constante ha permitido la incorporación del ciberlenguaje, que tiene la característica de implementar nuevos códigos, mutaciones y alteraciones, que cada vez más se están volviendo convencionales dentro de ese entorno; este lenguaje la utilizan ambos grupos de edades, sin embargo cada uno lo concibe y usa de manera diferente de acuerdo a su creatividad, habilidades, convicciones, necesidades e intereses.

2.5. Ciberpragmática

La lingüística como ciencia que estudia el funcionamiento del lenguaje, “se constituyó como disciplina científica en el siglo XIX” (Saussure, 2010, p. 7). El lenguaje representa el medio de comunicación que emplea el ser humano para interactuar; mientras que la lengua es “el canal principal por el que se transmiten los modelos de vida, por el que aprenden a actuar como miembros de una sociedad y adoptar su cultura, sus modos de pensar y de actuar, sus creencias y sus valores” (Halliday, 1982, p.18).

El estudio de la lengua en su conjunto puede llevarse a cabo por medio de distintos niveles, sin embargo, sólo se profundiza en algunos de los elementos de la ciberpragmática que permitan comprender como se estructura el ciberlenguaje utilizado por jóvenes y adultos en medios digitales de comunicación.

El ciberlenguaje puede ser considerado como un híbrido con características de la lengua oral³⁴ y la lengua escrita³⁵. Cuenta con un estilo propio que no forma parte de la lengua estándar, sino más bien puede ser considerada como una variedad lingüística empleada en medios digitales de comunicación, su uso se manifiesta preferentemente en el plano léxico, debido a que las personas crean palabras nuevas, las modifican, las acortan, las distorsionan, adoptan anglicismos y dan nuevas acepciones a las palabras ya existentes, por ejemplo: salu2 (saludos), by (adiós), xlo- (por lo menos), xq? (¿por qué?), :) (sonrisa), ke (qué), entro otros.

La ciberpragmática acuñada por Yus (2010) para el análisis del discurso electrónico y su comunicación e interpretación por Internet, a partir de las particularidades de la pragmática-cognitiva, permite comprender cómo se estructura el ciberlenguaje que utilizan jóvenes y adultos en sus publicaciones y conversaciones, a través de medios digitales de comunicación como los mensajes cortos de telefonía móvil, la red social *Facebook* y el correo electrónico.

³⁴ La comunicación oral se caracteriza por ser transmitida fundamentalmente por el canal auditivo, al mismo tiempo es espontánea e inmediata, debido a que produce y emite un mensaje de manera simultánea, tienen un carácter efímero, por no poder fijarse del todo en la memoria de quienes participan en la conversación, así mismo, utiliza un gran número de códigos verbales y corporales como la entonación, los gestos y movimientos (Cassany, 2003).

³⁵ La comunicación escrita es un medio de transmisión que se efectúa a través del canal audiovisual, por lo que el contenido es más extenso de lo que oralmente se produce, el emisor puede revisar, corregir o rectificar el mensaje antes de ser enviado al receptor, al mismo tiempo el receptor puede leerlo y releerlo en el momento que defina, este tipo de comunicación es duradera debido a que el texto puede permanecer en el tiempo

El término “oralización del texto” según Yus (2010), trasladándolo al ciberlenguaje, lo define como “el uso de diferentes estrategias para dotar al texto de una mayor expresividad que permita al usuario comunicar no sólo la información del texto, sino también la esencial información contextual proveniente de la conducta no verbal vocal y visual” (Yus 2010, p.15) que es utilizada en situaciones de co-presencia física, es decir, entre personas que no se encuentren en el mismo sitio geográfico, pero que sin embargo pueden converger en el mismo espacio para comunicarse. En la oralización del texto en el contexto específico de Internet, los usuarios recurren a la información contextual, para “rellenar” ese vacío que existe entre lo que los usuarios teclean y lo que realmente desean comunicar con sus mensajes.

Para la ciberpragmática en internet los usuarios emisores que tienen intenciones comunicativas, construyen sus mensajes o texto esperando que sus intenciones del mensaje sean interpretadas correctamente por los usuarios destinatarios, dirigiendo a sus interlocutores hacia la interpretación deseada. En este contexto, un usuario recurre a estrategias inferenciales cuando interpretan los mensajes que circulan por la red, sin embargo éstas no difieren de las usadas en la comprensión de enunciados en situaciones de co-presencia física.

En los medios digitales de comunicación los usuarios esperan que sus destinatarios sean capaces de acceder a la información contextual que es necesaria para obtener la interpretación correcta de sus mensajes. Del mismo modo, los usuarios destinatarios acceden a la información proveniente del contexto, para su actividad inferencial orientada a la relevancia.

Las cualidades de los diferentes medios de comunicación mediada por Internet (chats, correo electrónico, Messenger, páginas web) influyen en la calidad del acceso de los usuarios a la información contextual, a la cantidad de información obtenida, la interpretación elegida y al esfuerzo mental que los usuarios han de dedicar para obtener esa interpretación.

Desde la pragmática se analiza el uso que hacen los hablantes del “lenguaje en un contexto social; incluye aspectos tales como la integración de una oración en el contexto de una conversación, la inferencia de premisas implícitas y el señalamiento de diversos grados de formalidad” (Pinker, 2009, p.523), integrando factores extralingüísticos que determinan el uso del lenguaje, es decir, todos aquellos factores a los que no suele

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

hacer referencia un estudio puramente gramatical como las de emisor, destinatario, intención comunicativa, contexto verbal y situación o conocimiento del mundo, los cuales son de gran importancia dentro del lenguaje.

En el entorno digital son las condiciones que determinan tanto el empleo de un enunciado concreto por parte de un hablante en una situación comunicativa concreta, así como su interpretación por parte del destinatario, en donde la distancia que existe a veces entre lo que literalmente se dice y lo que realmente se quiere decir, es un fenómeno que depende de los datos que aporta la situación comunicativa en que los mensajes son emitidos y hasta el contexto en el que tenga lugar el enunciado.

Según Speber (1986) y Wilson (1995) la interpretación de los estímulos de actos comunicativos de índole verbal o no verbal, están sujetos a la búsqueda de la relevancia en la información, un aspecto totalmente enraizado en la propia biología de la cognición humana. Los aspectos de la pragmática cognitiva establecen dos actores, el hablante y el oyente, sin embargo, en el entorno digital y en el análisis del ciberlenguaje en los mensajes cortos de telefonía móvil, la red social *Facebook* y el correo electrónico, trasladaremos estos actores al emisor y receptor del mensaje.

Uno de los elementos de la pragmática cognitiva es el modelo del código frente al modelo inferencial, que integra dos aspectos, el emisor del mensaje (quien lo crea o codifica) y el receptor (quien lo recibe, lo descodifica y lo interpreta), si bien en el ciberlenguaje los mensajes se construyen con texto y no de manera verbal, la interpretación del mensaje tiene complicaciones de inferencias que pueden darse debido a asintonías en la memoria y en los sistemas de percepción, donde el receptor puede que pase por algo una hipótesis que el emisor pensó que sería importante (Yus, 2010).

Otro aspecto importante, está en la ostensión y intención, donde el emisor tiene como intención comunicar de manera correcta el mensaje para su comprensión. La intención tiene dos variedades, la informativa y la comunicativa; en la intención informativa el objetivo es informar a diferencia de la comunicativa que tiene un carácter ostensivo, tratando de mostrar algo, lo que integra un proceso más profundo.

Según Speber y Wilson (1987) en los entornos cognitivos existe un cúmulo de factores que se forman con los hechos que se manifiestan a la persona sólo si esta persona es capaz de representarlos mentalmente y aceptar su representación como válida, este

aspecto se traslada al conocimiento que las personas pueden tener sobre cierto fenómeno, dando paso a lo manifiesto como conocimiento mutuo, dentro de este, todas las hipótesis que surgen y comparten los hablantes serían supuestos de manifestación mutua. El ciberlenguaje puede presentarse como una manifestación mutua que comparten los jóvenes y adultos, un entorno cognitivo mutuo para comprender el mensaje.

Otro de los aspectos que integra la pragmática cognitiva es la inferencia y la deducción. La inferencia se entiende que es una operación mental en la que los participantes de una conversación evalúan las intenciones de los demás y en las que basan sus respuestas; los procesos de inferencias funcionan a partir de representaciones mentales previas y de supuestos factuales del mundo, Cada nuevo supuesto inferido se combina con los supuestos pre-existente para modificar y mejorar la representación general del mundo que posee todo ser humano. En este proceso la deducción es el resultado de unir una nueva información a la información antigua ya almacenada en la mente del individuo, a esta operación cognitiva se le denomina contextualización.

Las fuentes informativas del contexto, integran el subconjunto de los supuestos sobre el mundo que el receptor usa para la interpretación de los mensajes. El contexto se forma a partir de numerosas fuentes informativas que el receptor puede utilizar en la determinación de la interpretación pretendida por el emisor. Un contexto inicial de conversación puede variar ampliarse por el receptor en la búsqueda de relevancia del enunciado, esta variación puede ser positiva o negativa para dicha búsqueda.

La relevancia, integra el interés o efectos cognitivos frente al esfuerzo de procesamiento. Es cuando el receptor procesa los supuestos que se contrastan con la información ya almacenada o accesible en el contexto se crean efectos cognitivos. Es decir, no sólo se trata de identificar supuestos, sino de evaluar las consecuencias de añadir dichos supuestos a la información recientemente procesada o la ya almacenada en la mente. En general los efectos cognitivos se relacionan con el contexto previo de tres formas: a) reforzando un supuesto previo; b) contradiciendo y eliminando un supuesto previo y c) combinándose con un supuesto previo para generar ulteriores efectos cognitivos.

En este último caso, se genera una serie de implicaciones contextuales que no se pueden derivar ni de la información nueva por sí misma ni únicamente del contexto, sino de la combinación de ambos elementos. Existen también casos en los que un supuesto no posee efecto contextual alguno y, por lo tanto es irrelevante en un contexto dado: a) el

supuesto aporta nueva información, pero esta información no está relacionada con ninguna información ya presente en el contexto; b) el supuesto ya está presente en el contexto y su fuerza no es alterada por la presentación de la nueva información, o c) el supuesto no se relaciona con el contexto es demasiado débil para alterarlo.

El ciberlenguaje retomando las aportaciones de Yus (2010) constituye una nueva forma de comunicación con sus propios códigos, que borra los límites entre oralidad y escritura, utilizando una forma creativa de transmitir emociones y sentimientos para hablar a través de la escritura.



CAPÍTULO III

3. ESTRATEGIA METODOLÓGICA: EL ANÁLISIS DEL CIBER- LENGUAJE

El reto básico en la investigación es la creatividad, la capacidad de configurar posibilidades a partir de posibilidades.

JESÚS GALINDO

En este capítulo se describen los aspectos metodológicos que orientaron el trabajo de campo realizado para esta investigación. Definir la estrategia metodológica implicó un reto importante debido a que no existe un tipo de metodología específica para el estudio del ciberlenguaje, en este sentido, fue necesario retomar elementos de distintos métodos adaptándolos a las necesidades del estudio, para obtener la información necesaria y alcanzar los objetivos planteados.

La estrategia metodológica que orientó esta investigación fue el método comparativo, en este caso se observaron dos grupos de edades distintos, el primero conformado por jóvenes que cursaran la preparatoria y el segundo integrado por adultos que fueran padres de familia con hijos jóvenes, con la finalidad de conocer las diferencias en la apropiación del ciberlenguaje, como una forma de identidad que adquieren a través de las prácticas mediáticas que realizan en la comunicación digital interactiva.

Se determinó emplear una metodología mixta, con el objetivo de comprender las diferencias en el uso del ciberlenguaje por los dos grupos de edades seleccionados, combinando la perspectiva cuantitativa y cualitativa en un mismo estudio, este aspecto permitió tener mayor información y profundizar en los aspectos más relevantes. El trabajo de campo se desarrolló en dos etapas que se complementaron entre sí, empleando en cada una distintos métodos.

La primera etapa del estudio consistió en un análisis cuantitativo en el que se aplicó una prueba de disponibilidad léxica, el objetivo fue obtener el léxico disponible que utiliza una persona en una situación comunicativa específica, en este caso se orientó en determinar el vocabulario sobre el las tecnologías de la información y comunicación así

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

como el uso del ciberlenguaje que se emplea en una conversación a través de medios electrónicos, recopilando las palabras y vocablos más usados en el ciberlenguaje. Las situaciones observadas durante la aplicación y los resultados, aportaron información valiosa para la siguiente etapa.

En la segunda etapa orientada en el análisis comprensivo, el estudio combinaba el trabajo presencial y en línea, empleando un análisis narrativo que integró elementos de la etnografía tradicional y la etnografía virtual, adaptándolos a las necesidades de la investigación, rescatando lo escrito por los informantes en los tres soportes seleccionados: los mensajes cortos de telefonía móvil, la red social *Facebook* y el correo electrónico. La estrategia metodológica construida, permitió obtener la información necesaria para responder a los objetivos específicos de la investigación.

Los datos cuantitativos sirvieron de base para fundamentar sólidamente los elementos sobre los que se observó e indagó para el análisis fenomenológico que se realizó desde la perspectiva de los sujetos de estudio. El eje orientador para el diseño metodológico del estudio fue la pregunta de investigación, desde este marco, se buscó comprender la apropiación del ciberlenguaje como una forma de identidad que se genera a partir de las prácticas que realizan los actores sociales elegidos para ser estudiados, por medio de los soportes mencionados anteriormente, como procesos de interacción que llevan implícitos significaciones que los actores otorgan a través de la forma de escritura mediante estos medios, como un nuevo canal de expresión lingüística que combina lo escrito, lo oral y lo visual, en un intento de escribir como si se tratara de una conversación cara a cara.

En este sentido, el trabajo de campo se centró en “desarrollar una comprensión de los significados que subyacen a estas prácticas alrededor de los textos” (Hine, 2004, p.65), desde dos posturas distintas: los jóvenes y los adultos. La integración de elementos tanto cuantitativos como interpretativos, complementan los datos obtenidos. La aplicación de diferentes técnicas y métodos de análisis ayudaron a obtener un trabajo científico más completo y enriquecedor. En este sentido, la triangulación³⁶ de los datos cuantitativos y cualitativos permitió una mayor pertinencia y validación de los resultados obtenidos.

³⁶ Denzin (1989), acuñó el término de triangulación, definiéndolo como el uso de diversas fuentes de datos combinadas en los mismos resultados, desde las dos perspectivas: la cuantitativa y la cualitativa.

3.1. Estrategia metodológica: El método comparativo

Como ya se mencionó con antelación, la estrategia metodológica que orientó la investigación fue la comparativa. El método comparativo tiene la particularidad de contrastar patrones de parecidos y diferencias entre un número moderado de casos, seleccionando los que tengan características paradigmáticas del fenómeno que se desea explicar. Su uso permite comprender cosas desconocidas a partir de las conocidas, explicarlas e interpretarlas, señalar conocimientos nuevos, resaltar lo peculiar de los ya conocidos y enfatizar en las diferencias.

La comparación debe realizarse entre entes que tengan similitudes y diferencias para tener un punto válido de partida, se puede optar por elegir sistemas más semejantes o bien sistemas muy diferentes y de ellos sacar conclusiones que definan un problema o que establezcan caminos futuros para mejorar el conocimiento de algo. El método comparativo se fundamenta en ser un proceso de búsqueda sistemática de semejanzas y diferencias, que implican la comparación de los distintos tipos de realidades sociales.

El método comparativo tiene entre sus características (Ragin, 2007):

- Examinar diferentes patrones que puedan existir dentro de un conjunto específico de casos.
- Permite identificar y entender la diversidad.
- Es un procedimiento de la comparación sistemática de casos de análisis.
- La estrategia de selección, que apunta a identificar casos paradigmáticos del fenómeno de interés.

En este sentido, resultó oportuno para esta investigación utilizar esta metodología como eje rector, logrando que durante todo el proceso se realizarán comparaciones entre los casos de estudios seleccionados. Analizando en un inicio por separado a jóvenes y adultos para luego presentar de forma comparativa los resultados, a fin de que permitiera entender y alcanzar explicaciones causales del complejo engranaje que se examinó.

3.2. Criterios de selección de la muestra de los objetos de estudio.

Los criterios para la selección de los sujetos de estudio en el caso de los jóvenes, se determinó a partir de la revisión de información estadística del INEGI (2010), la AMIPCI

(2007-2009), y el Proyecto “Internet” del Tecnológico de Monterrey (2011), en las cuales todos coinciden al señalar que la mayor parte de usuarios que utilizan Internet y las tecnologías de la información y la comunicación son jóvenes de 12 a 18 años. Con base en estas referencias, fue que se determinó que los informantes “jóvenes” fueran alumnos de nivel medio superior, que tienen una edad entre 15 y 18 años, lo que abarcaba en gran medida el rango de edad de los jóvenes según las estadísticas.

En relación a los adultos resultaba complicado seleccionarlos con base a estadísticas y rangos de edades, debido a que existen clasificaciones en sub etapas donde pueden existir adultos con edad temprana, adultos intermedios y adultos mayores o de la tercera edad. En este sentido, se decidió tomar como referencia personas adultas que fueran padres de familia con hijos jóvenes con edades entre 12 y 18 años. De esta forma, la delimitación de los sujetos de estudio, se centró en jóvenes que cursaran preparatoria y adultos que fueran padres de familia, considerando entre sus características que los informantes procedieran de diferentes niveles socioeconómicos, que utilizarán en su vida cotidiana las redes sociales, el teléfono celular y el correo electrónico, además que su lengua materna sea el español, cuidando siempre la heterogeneidad.

3.3. Contexto espacial y temporal del estudio

El trabajo de campo se efectuó en la ciudad de Zacatecas, México, durante los meses de enero a junio de 2013. En el caso de los jóvenes, se determinó trabajar con alumnos de primero, cuarto y sexto semestre de la Preparatoria II de la Universidad Autónoma de Zacatecas (UAZ). Se seleccionó esta institución a partir de la información estadística que señala el Sistema Nacional de Información de Escuelas³⁷ de la Secretaría de Educación Pública, dentro del ciclo escolar 2010-2011, en donde se identificó que de las 187 preparatorias que existen, la Preparatoria II se coloca como la escuela pública más grande del Estado y de la propia Universidad, al contar con un población total de 2,508 alumnos entre los turnos matutino y vespertino, distribuidos en 79 grupos, que además recibe alumnos que provienen de diferentes municipios y de distintos niveles socioeconómicos. Estas características permitieron tener una mayor amplitud y heterogeneidad de los sujetos de estudio.

³⁷ Sistema Nacional de Información de Escuelas: <http://www.snie.sep.gob.mx/SNIESC/>

Con respecto a los adultos, en un principio, se tenía contemplado trabajar con los padres de familia de los jóvenes encuestados, lo cual resultó complicado, al no poder contactar a la mayoría, debido a que no se permitió el acceso para platicar con ellos en las reuniones que programa la institución, sin embargo a través de los hijos se logró integrar algunos adultos, los cuales decidieron participar de forma voluntaria, este primer grupo sirvió de enlace para contactar a más adultos que cumplieran con las características antes mencionadas.

3.4. Etapas del objeto de estudio

La realización del trabajo de campo se desarrolló en dos etapas complementarias, que permitieron comparar en todo momento a los dos grupos seleccionados - jóvenes y adultos-. En la primera, se realizó un análisis de disponibilidad léxica, con la intención de obtener los vocablos más utilizados sobre “tecnologías de la información y comunicación” y “ciberlenguaje”. Concluida esta etapa, se retomaron algunos elementos importantes que fueron surgiendo en la aplicación de la prueba de disponibilidad léxica, mismos que ayudaron a complementar la segunda etapa, que se basó en un análisis narrativo integrando elementos de la etnografía tradicional y la etnografía virtual.

3.5. Primera etapa: La disponibilidad léxica

En esta etapa se realizó un análisis cuantitativo de disponibilidad léxica, la intención de esta prueba es obtener el léxico disponible que utiliza una persona dentro de una situación comunicativa dada. Es decir, identificar las principales expresiones disponibles del lexicón mental de un informante, obtenido mediante la realización de preguntas que sirven como estímulo sobre un tema en específico.

El interés que siempre se ha mostrado por el análisis del léxico que comparte una comunidad de habla, ha permitido que se realicen investigaciones desde múltiples enfoques y métodos. Para el caso que nos ocupa, el análisis se basó en determinar el vocabulario específico sobre las tecnologías de la información y comunicación, así como el uso del ciberlenguaje que se emplean en una conversación a través de medios electrónicos.

Esta metodología resultó oportuna al permitir recopilar las palabras y vocablos³⁸ que se utilizan más comúnmente en el ciberlenguaje y los relacionados con la tecnología.

La disponibilidad léxica es un campo dentro de la lingüística, que tiene como objetivo recoger y analizar el léxico disponible de una comunidad de habla. Ésta se extrae de pruebas léxicas asociativas, es decir, de encuestas basadas en estímulos temáticos que son denominados como centros de interés, los cuales recogen todas aquellas palabras que se le vienen a la mente al hablante, en un momento determinado, a partir de un tema concreto. Los centros de interés funcionan como “estímulos que permiten que los informantes lleven a cabo un proceso de recuperación de memoria, para traer a la luz las palabras que en su mente están relacionadas con el tema –por decirlo así– que tal centro de interés propone” (López, 2003, p. 31).

Dentro de la lexicología existen dos tipos de léxicos: el básico y el disponible. El primero hace referencia a los vocablos que se utilizan más frecuentemente, para comunicarse en cualquier circunstancia y sobre cualquier tema, es decir, son palabras que tienen una alta frecuencia de aparición en casi cualquier contexto. El segundo se relaciona con las palabras familiares que, si bien son conocidas por la comunidad hablante, sólo se emplean en circunstancias determinadas al tratar temas específicos. La suma de ambos constituye el léxico fundamental de una lengua.

A nivel mundial existe una gran variedad de trabajos que se circunscriben en el campo de la disponibilidad léxica. Los primeros antecedentes tienen origen en Francia a mediados del siglo XX, cuando los lingüistas René Michéa, Georges Gougenheim, Paul Rivenc y Aurelein Sauvageot recibieron el encargo de elaborar un método de enseñanza, destinado para los extranjeros, sobre el francés elemental. En Hispanoamérica, se considera a Humberto López Morales (1998) como uno de los principales pioneros de los estudios de disponibilidad léxica; actualmente, tiene a su cargo el Proyecto Panhispánico de Disponibilidad Léxica, el cual está conformado por equipos de investigación de España e Hispanoamérica; consiste en una red internacional de investigación, que persigue criterios metodológicos comunes, cuenta con una página web³⁹ que funciona como una base de

³⁸ Considerando como “vocablo” cada una de las palabras diferentes mencionadas por los informantes.

³⁹ La página web se denomina *DispoLex* y está disponible en <http://www.dispoplex.com>; para el análisis de la información utilizan el *software* denominado *LexiDisp*, el cual sirve como procesador matemático-estadístico de los datos.

datos documental e informativa de numerosos estudios, los cuales se desarrollan en esa misma sintonía.

México ha mostrado gran interés sobre el tema, la aportación más importante, es la que lograron López y Strassburger (1991), al desarrollar la fórmula matemática que, hasta el momento es utilizada en trabajos sobre disponibilidad léxica. Entre las principales investigaciones encontradas, se mencionan las siguientes: *Disponibilidad léxica y competencia lingüística* (López & Strassburger, 1987), *Un modelo para el cálculo del índice de disponibilidad léxica individual* (López & Strassburger, 1991), *La lección lexical: estructura y desarrollo* (Cortez, 2006), *Construcción del léxico básico del español de México* (Maciel, 2008), *Variaciones de léxico de docentes de secundaria del Estado de Tlaxcala* (Pérez, 2010), *Disponibilidad léxica de estudiantes de primaria de la ciudad de Zacatecas* (Hernández, 2000), *¿Qué te viene a la memoria?* (López, 2003) y *Disponibilidad léxica de estudiantes de secundaria de la ciudad de Zacatecas* (Muñoz, 2007).

La mayoría de las investigaciones centran su atención en definir el léxico común utilizado en una situación comunicativa dada, y toman como referencia los 16 centros de interés propuestos por René Michéa⁴⁰ (1953). Sin embargo, también se han incorporado estudios que se orientan en un tema y un léxico disponible específico como: *Disponibilidad léxica en colores* (Justo, 1985), *El Español de los medios de comunicación* (Guerra & Gómez, 2003), *Disponibilidad y fines específicos: análisis del centro de interés prensa* (Gómez Sánchez, 2004), *El lenguaje de las ciencias* (Gutiérrez, 2005), *Disponibilidad léxica matemática* (Echeverría, 2006), *Características del lenguaje de los jóvenes costarricenses desde la disponibilidad léxica* (Ríos, 2010), *Disponibilidad léxica para medir el crecimiento conceptual de electricidad* (Madrigal, Rivera, Enciso & López, 2012), entre otras. Esto ha permitido que se abra un nuevo camino que apunta hacia la disponibilidad léxica específica, de tal forma que sea una herramienta utilizada en otras disciplinas.

⁴⁰ René Michéa (1953) propuso dieciséis centros de interés o campos nocionales, los cuales son considerados universales, al ser compartidos por todos los hablantes, independientemente de su procedencia geográfica, social, cultural o generacional; estos centros de interés son: 1. Las partes del cuerpo; 2. la ropa; 3. la casa (sin los muebles); 4. los muebles de la casa; 5. los alimentos y bebidas; 6. los objetos colocados sobre la mesa y que se usan en todas las comidas del día; 7. la cocina, sus muebles y los utensilios; 8. la escuela, sus muebles y su material escolar; 9. la calefacción y la iluminación; 10. la ciudad; 11. el pueblo o la villa; 12. los medios de transporte; 13. los trabajos del campo y del jardín; 14. los animales; 15. los juegos y las distracciones, y 16. los oficios.

El análisis que se realizó para esta investigación, tiene una orientación distinta a la que, por lo regular, se utiliza, debido a que centró su interés únicamente en el estudio de la disponibilidad léxica específica con la utilización de cinco centros de interés, conformados con base en los propósitos del presente estudio sobre ciberlenguaje, al considerar, principalmente, dos aspectos las tecnologías de la información y comunicación, Internet y ciberlenguaje.

La muestra. Fue de tipo cualitativo no probabilístico, es decir, no se seleccionó aleatoriamente el tamaño de la muestra, debido a que, según Hernández et al. (2010), la elección no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación. En tal sentido, se buscó que la selección estuviera equilibrada. De esta forma, la muestra quedó conformada por 80 informantes que participaron de forma voluntaria en el proyecto, de los cuales 40 fueron jóvenes⁴¹ y 40 adultos, al considerar siempre la homogeneidad de 20 mujeres y 20 hombres por generación.

Las directrices metodológicas que se utilizaron en esta etapa del estudio, se retomaron principalmente de las empleadas por López Chávez⁴² (2003) en sus trabajos sobre disponibilidad léxica. El trabajo se realizó en cuatro etapas complementarias:

1. Diseño de la prueba de disponibilidad léxica.
2. Aplicación de la encuesta
3. Procesamiento de la información
4. Descripción de los resultados

Diseño de la prueba. Se elaboró con el formato que se utiliza por lo general en estudios sobre disponibilidad léxica, al tomar el concepto de centro de interés para construir una encuesta propia y pertinente a las necesidades de la investigación. No se trabajó con los 16 centros de interés universales preestablecidos por Michéa (1953), debido a que la mayoría de ellos no tenían relación con lo que se pretendía analizar. En este sentido, se eligieron cinco centros de interés específicos, con incorporación de solamente dos del

⁴¹ La negociación del acceso fue de forma directa con los alumnos de la preparatoria mediante invitación. Para ello se realizó una visita en los salones de clases en distintos semestres donde se les invito a participar de forma voluntaria, así mismo, se les proporcionó una hoja en blanco para que los interesados anotaran su correo electrónico y de esta forma poder estar en contacto más adelante.

⁴² Juan López Chávez, ¿Qué te viene a la memoria? La disponibilidad léxica: teoría, métodos y aplicaciones, Unidad Académica de Letras, Universidad Autónoma de Zacatecas, Zacatecas, 2003.

léxico común, y los tres restantes fueron diseñados acorde a las necesidades propias del trabajo. El criterio que se utilizó para la selección, fue con base en dos aspectos: tecnologías de la información y la comunicación, y ciberlenguaje; de esta forma, quedaron conformados de la siguiente manera:

1. Los muebles de la casa, aparatos electrónicos y electrodomésticos
2. Entretenimiento, juegos y diversiones
3. Internet y tecnologías de la información y comunicación
4. Palabras que se abrevian en telefonía e Internet
5. Emoticones

El primer centro de interés, “Los muebles de la casa”, forma parte de los 16 centros universales; sin embargo, para el estudio se empleó y se le añadió “Aparatos electrónicos y electrodomésticos”, con la intención de identificar si entre las primeras palabras señaladas por los informantes, existía relación estrecha con las tecnologías de la información y comunicación.

El segundo centro de interés, también forma parte de los universales, su nombre original es: “Los juegos y las distracciones”; no obstante, se decidió nombrarlo como “Entretenimiento, juegos y diversiones”. Al igual que en el primer centro, el objetivo fue identificar si las principales palabras que los hablantes aportan sobre esta temática, tienen relación con las tecnologías de la información y comunicación.

El tercer centro de interés, “Internet y tecnologías de la información y comunicación”, se instituyó específicamente para esta investigación; la finalidad consistió en identificar cuáles son las principales palabras que tornan a la mente del hablante en relación con este tipo de tecnologías.

El cuarto centro de interés, “Palabras que se abrevian en telefonía e Internet”, fue seleccionado con el propósito de obtener las principales palabras que se usan en el ciberlenguaje. Para este centro, se les solicitó a los informantes, que de preferencia anotaran las palabras tal y como las escriben, con utilización de este lenguaje por ejemplo “salu2”, seguido de su definición “saludos”, para que al momento de su codificación se pudieran capturar de forma correcta.

El quinto y último centro de interés, “Emoticones”, tiene una estrecha relación con el anterior. La idea fue identificar dentro del ciberlenguaje, cuáles son los emoticones que se utilizan con mayor frecuencia, al tomar como referencia que estos no son palabras, sino códigos que al combinarse forman figuras, por esta razón, fue necesario considerar tanto la figura “:)” como su significado “feliz”, para poder definir el vocabulario.

Aplicación de la prueba de disponibilidad léxica. Se efectuó en dos partes complementarias; en la primera, se levantaron datos básicos sobre los informantes mediante una ficha técnica, centrada en tres partes diferenciadas: datos personales, uso de tecnologías de la información y comunicación y ciberlenguaje, la intención era identificar la información básica de los encuestados y a su vez introducirlos en la problemática.

Posteriormente, se aplicó la prueba de disponibilidad léxica, la cual contó con 25 líneas por centro de interés, mediante las cuales los informantes podían escribir las palabras que se les vinieran a la mente, en ese momento, en relación con el tema que se les indicara. Se les explicó, de manera general, el propósito y las características del trabajo, aclarándoles que no se trataba de un examen, sino que la encuesta formaba parte de una investigación en la que se protegería su identidad.

Antes de iniciar la prueba, se dieron las instrucciones necesarias para el llenado de la encuesta, indicándoles que contaban con tres minutos⁴³ por centro de interés, para escribir las palabras que se les vinieran a la mente de forma automática, con relación al tema propuesto, sin tomar en cuenta que las palabras estuvieran mal escritas o resultaran vulgares o malsonantes; del mismo modo, se recalcó que después de iniciada la prueba, no se darían aclaraciones respecto a los centros de interés, debido a que eso podría condicionar las respuestas y alterar los resultados. Finalmente, después de terminar con las instrucciones correspondientes, se indicó que durante el transcurso de la prueba no se proporcionaría información adicional, para evitar un condicionamiento en las respuestas o confusión en los informantes.

Cabe señalar, que el objetivo de la investigación implicó que la prueba no se realizara de la forma tradicional, debido a que en los dos últimos centros de interés, se les

⁴³ El léxico disponible se obtiene por medio de una encuesta directa – que (...) se basa en el principio psicológico de la asociación de ideas: se le pide al informante que produzca todos los términos que pueda relacionar con un centro de interés dado, en una cantidad fijada previamente -como hacían los franceses-, o durante un determinado lapso de tiempo –tres minutos en las investigaciones mexicanas (López, 2003, p. 35).

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

solicitaba escribir palabras que se abreviaran en telefonía e Internet, así como emoticones, lo cual implicaba anotar las palabras haciendo una combinación de letras, números, figuras, signos, símbolos y códigos, por lo que se les solicitó a los informantes que de preferencia anotaran cada palabra y emoticón, seguidos de su significado, para facilitar, posteriormente, la captura de los datos.

Procesamiento de los datos. En 1964, Gougenheim ya establecía pautas metodológicas básicas a seguir en trabajos de disponibilidad léxica; sin embargo, frecuentemente estas pautas han cambiado en virtud de las necesidades propias de cada investigación. De esta forma, para el procesamiento de la información, fue necesario estandarizar los datos, es decir, validar, unificar y depurar las respuestas dadas por los informantes, al retomar algunos de los criterios utilizados en trabajos de Samper (1998) y López (2003), a fin de homogenizar los vocablos obtenidos y respetar, en lo posible, la versión original, lo cual se expone a continuación:

1. Se transcribió cada una de las encuestas en un archivo individual de hoja de cálculo, mediante Excel de Microsoft Office, y se anotó, por columnas, los términos producidos en cada centro de interés, al considerar que los archivos deberían ser guardados como documento con formato 97- 2003, para posteriormente poder procesarlos.
2. Se respetó siempre el orden en el que los informantes anotaron sus respuestas.
3. Todas las palabras se capturaron en minúsculas y se corrigieron las faltas de ortografía.
4. Se eliminaron palabras que aparecieron repetidas o que no correspondían al centro de interés.
5. Las palabras en plural se cambiaron a singular.
6. En los tres primeros centros de interés, se omitieron palabras que tuvieran relación con marcas comerciales o nombres propios, así como, guiones, puntos, comas y comillas.
7. Se respetó la forma de la escritura en palabras que estaban abreviadas, por ejemplo: Televisión, Tele, TV. Debido a que es la lógica de cómo están estructuradas en la mente del informante al momento de realizar la prueba.
8. Se respetaron los extranjerismos.
9. Los números se anotaron como palabras.

10. Para la codificación fue necesario considerar que las frases de más de tres palabras, fueran sustituidas por una palabra que las representara. Éstas conformaron un glosario en donde se podía ubicar su forma original (ver anexo A).
11. A la par de la captura, en una tabla por separado se registraron los emoticones que se generaban y los diferentes significados asignados a una misma imagen o código por cada informante; estos sirvieron de base para procesar aquellos emoticones a los que los informantes no les anotaron su significado (ver anexo B).

Una vez capturadas y depuradas todas las encuestas, se procesó la información utilizando el programa estadístico “IDL 2007⁴⁴”, mediante la siguiente fórmula matemática, desarrollada por López Chávez y Strassburger Frías (1991)⁴⁵.

$$D(P_j) = \sum_{i=1}^n e^{-2.3 \left(\frac{i-1}{n-1} \right)} \times \frac{f_{ji}}{I_1}$$

En donde:

$D(P_j)$ = disponibilidad de la palabra j .

n = máxima posición alcanzada en el centro de interés.

i = número de posición de que se trata.

j = índice de vocablo en cuestión

e = número natural (2.718181818459045).

f_{ji} = frecuencia absoluta de vocablo j en la posición i .

I_1 = número de informantes que participarán en la encuesta

Como resultado, se enlistó el número de palabras obtenidas por centro de interés y la frecuencia con que se produjo cada una según el lugar de aparición en la lista, el número de informantes que participaron en la encuesta y el número de posiciones alcanzadas.

Descripción de los resultados. Finalmente, se procedió a realizar tablas y gráficas, utilizando como herramienta de apoyo Microsoft Excel para realizar los cálculos esta-

⁴⁴ Este software fue creado en el 2007, por el Ing. Daniel Acosta Escareño, Docente de la Unidad Académica de Física de la Universidad Autónoma de Zacatecas, México.

⁴⁵ Esta fórmula tiene la característica de trabajar con un exponente cuya función es asintótica a cero, es decir, nunca habrá un resultado cuyo valor sea cero. De este modo todos los valores resultantes mantienen su capacidad de ser considerados.

dísticos de cada centro de interés analizado. Así mismo, se retomaron algunos elementos que son analizables en este tipo de pruebas, los cuales no están disponibles en el programa IDL 2007, estos elementos se realizaron de forma manual con la intención de presentar la información más completa.

3.6. Segunda Etapa: metodología de diseño narrativo

En la segunda etapa del estudio se analizaron las narrativas rescatadas de las publicaciones, correos y conversaciones escritas por los informantes seleccionados, utilizando para ello el método etnográfico, adaptándolo a las necesidades propias de la investigación. El objetivo se centró en observar el ciberlenguaje que emplean los sujetos de estudio en los mensajes cortos de telefonía móvil, la red social *Facebook* y el correo electrónico, con la intención de registrar y analizar las actividades y las prácticas en las que este lenguaje escrito se encuentra presente.

Se consideró utilizar la etnografía, debido a que tiene la capacidad de emplear distintas técnicas de recolección de información, que pueden ser adaptadas de forma creativa conforme las necesidades propias del estudio. La etnografía se ha utilizado para agrupar y etiquetar todos aquellos estudios descriptivos, que dentro de la metodología cualitativa proporcionan una imagen de la vida, de la cultura, del quehacer y de las acciones de distintos grupos sociales, en escenarios específicos y contextualizados.

La etnografía es un método de investigación que se dedica al estudio de las prácticas sociales y culturales de pueblos, familias, comunidades o grupos. Parte de la observación de las conductas, que se evidencian es la interacción de las personas, para descubrir el significado de tales conductas, desde la óptica de los participantes y del propio investigador. De acuerdo con Galindo (1998), el objetivo general del trabajo etnográfico, es la descripción para la comprensión de la vida social.

Tradicionalmente la etnografía se ha sustentado en el viaje, la experiencia y la interacción, caracterizándose por analizar la vida cotidiana de las personas, donde el investigador se traslada físicamente al lugar que va observar, se entrevista con los participantes del estudio y posteriormente observar durante un tiempo determinado las actividades que realizan, para obtener todo tipo de información que le sea de utilidad.

En esta investigación, no se trabajó de la forma tradicional, observando físicamente las prácticas que realizaban los informantes en el momento. Sin embargo, si hubo al menos un encuentro por informante, para trabajar en conjunto y recuperar mediante videos y fotografías, las actividades realizadas de las cuatro semanas anteriores a la fecha de la entrevista en los tres soportes seleccionados, para posteriormente hacer el análisis de la escritura utilizada. Por tanto, la etnografía fue mixta, debido a que retomó elementos tanto de la etnografía pura o tradicional, como de la etnografía virtual, complementándose mediante un análisis narrativo.

De la etnografía virtual se retomaron algunos elementos para describir y analizar concretamente las prácticas y actividades que realizan los sujetos de estudio mediante en los mensajes cortos de telefonía móvil, la red social *Facebook* y el correo electrónico, en las que se observa el uso del ciberlenguaje. Se consideró la etnografía virtual porque a diferencia de la tradicional, puede visitar sitios en la red y vivir la experiencia de los usuarios, sin que sea necesario desplazarse de lugar.

La etnografía virtual⁴⁶ o *netnografía*⁴⁷, representa una metodología *online* de tipo cualitativo que surge como una técnica de estudio para la indagación en red, actuando desde la perspectiva del procedimiento interpretativo, con el fin de analizar el comportamiento de los sujetos de estudio en el contexto de las comunidades virtuales y las ciberculturas. Colocándose como un método de investigación novedoso para las vivencias en espacios virtuales.

La etnografía se ha caracterizado por la interacción cara a cara, sin embargo hoy en día la presencia de múltiples tecnologías han instituido una infinidad de posibilidades que permiten comunicarse e interactuar de forma virtual. De acuerdo con Hine (2004) es posible repensar el rol de la presencia física como fundamento de esta metodología, considerando que la etnografía en Internet no implica necesariamente moverse de lugar, porque visitar sitios en la red, tiene como primer propósito, vivir la experiencia del usuario y

⁴⁶ La etnografía virtual al igual que la etnografía se interesan por estudiar el comportamiento de las personas pero a través de la tecnología, y se enfoca principalmente en órdenes espaciales y temporales que cruzan la frontera entre lo online y lo offline.

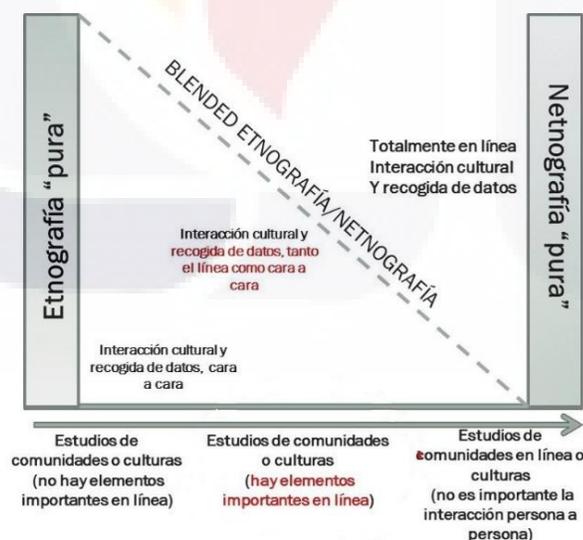
⁴⁷ Robert Kozinets (2010) define que la netnografía es una investigación observacional-participante basada en trabajo de campo online, que usa las comunicaciones por medio de computadoras, como fuente de datos para llegar al entendimiento y representación de un fenómeno cultural o comunal.

no desplazarse físicamente, de esta forma, Internet le permite al etnógrafo sentarse en su hogar, en su oficina o despacho y explorar espacios sociales virtuales. Estas descripciones conforman una relación en la que el etnógrafo forma parte de esa experiencia extensa y sólida del sitio de campo.

En este sentido, se puede considerar que Internet es un espacio de interacción accesible para realizar una investigación etnográfica, aun y cuando no esté basado en la comunicación cara a cara; puesto que se asume, que lo que ocurre allí son interacciones sociales. Desde esta perspectiva, el uso de Internet se reduce concretamente a un proceso de leer y escribir, donde el trabajo del etnógrafo radica en desarrollar una comprensión de los significados que subyacen a estas prácticas alrededor de los textos.

Es importante resaltar que para esta investigación no exististe un método específico, la tecnología nos ha rebasado en tal forma que los métodos están desfasados. Sin embargo, se retomaron algunos elementos de la etnografía en línea, desde las estrategias propuestas por Cristine Hine (2004) y Robert Kozinets (2010), las cuales fueron adaptadas conforme a las necesidades propias de del estudio. Por lo tanto, la estrategia metodológica fue un término medio entre la etnografía tradicional y la etnografía virtual.

Figura 1: Recolección de datos combinando la interacción en línea y cara a cara.



Fuente: *Netnography, Doing Ethnographic Research Online* (Kozinets, 2010, p.67)

En un primer momento se pensó hacer sólo etnografía, sin embargo por las características del estudio, resultaba complicado que los informantes accedieran trabajar por varios días desde sus cuentas de usuario, para observar continuamente las actividades que realizaban cada día en los soportes seleccionados. En este sentido, la estrategia que se utilizó para optimizar los tiempos y, aprovechar el acceso a las cuentas privadas que los informantes proporcionaran al momento de ser entrevistarlos, fue respaldar mediante la captura de videos y fotografías las actividades realizadas en las cuatro semanas anteriores a la fecha de la entrevista, para posteriormente analizarlas.

Los videos y fotografías obtenidos de los tres soportes seleccionados, fueron el material óptimo para analizar las narrativas, en las que se podía observar el uso del ciberlenguaje. De acuerdo con Hernández et al (2010), los diseños narrativos recolectan datos sobre las historias de vida y experiencias de ciertas personas para describirlas y analizarlas. Los datos se obtienen de autobiografías, biografías, entrevistas, documentos, artefactos y materiales personales, así como testimonios que ocasionalmente se encuentran en cartas, diarios, artículos en la prensa, grabaciones radiofónicas y televisivas, entre otras. Para este caso, el diseño narrativo quedó registrado en sus conversaciones, donde no escriben su vida, sino fragmentos de lo que hacen y con quienes interactúan con apoyo de la tecnología.

En resumen, lo que se hizo fue estudio microetnográfico, debido a que la investigación se centró sólo en un aspecto de la cultura, de dos grupos pequeños conformados por jóvenes y adultos, en los que se analizó lo que escriben y las prácticas en las que utilizan el ciberlenguaje mediante los mensajes cortos de telefonía móvil, la red social *Facebook* y el correo electrónico. En sentido estricto, el método no fue etnografía ni un diseño narrativo, ciertamente no hay un método específico para este caso, el estudio rebasó la metodología, por lo que se tomaron elementos de ambos, complementándolos para obtener los resultados esperados.

Contexto espacial y temporal. El análisis de la información se realizó en tres soportes, los cuales permitieron observar las prácticas que realizan los informantes a través de estos medios, en los que es frecuente el uso del ciberlenguaje. El primer soporte que se seleccionó fue el teléfono celular, considerando que además de realizar llamadas, también se pueden enviar mensajes cortos en los que se utiliza la escritura para comuni-

carse, considerando que un mensaje puede contener sólo 160 caracteres. Los teléfonos inteligentes o *Smartphone*, tienen la posibilidad de acceder a múltiples aplicaciones a través de Internet para comunicarse con otros usuarios, sin que esto les genere un gasto adicional. Sin embargo, tomando en cuenta que no todos los usuarios cuentan con teléfonos inteligentes, fue que se optó por seleccionar para el análisis sólo los mensajes cortos o SMS que fueran enviados y recibidos por los informantes.

El segundo soporte que se seleccionó fue la red social *Facebook*, tomando como referencia que a partir del 2012, esta red se posicionaba entre las más populares en el mundo y en México. Según estadísticas de la AMIPCI (2012), la principal actividad de entretenimiento que realizan los internautas mexicanos es utilizar las redes sociales. *Facebook* es una herramienta social que permite relacionarse entre usuarios, conecta a la gente con sus amigos y otras personas que trabajan, estudian y viven en su entorno; el sitio permite publicar comentarios, fotos, eventos, enlaces y videos. Dentro de estas opciones, se analizaron las publicaciones en el muro, las actividades recientes y los mensajes privados o *inbox*.

El tercer soporte que se analizó fue el correo electrónico, este soporte se seleccionó con base en las estadísticas presentadas por la AMIPCI en el 2012, en las que señalan que la principal actividad *online* que realizan los internautas mexicanos es enviar y recibir *e-mails*, para este estudio, se analizaron los mensajes que enviaron y recibieron los informantes. El correo electrónico o *e-mail*⁴⁸, es un servicio de red que permite el intercambio de mensajes a través de sistemas de comunicación electrónicos, los mensajes posibilitan el envío de texto, así como cualquier tipo de documentos digitales, imágenes, videos y audios.

Como ya se mencionó anteriormente, resultaba complicado analizar por día las actividades que realizaban los informantes en los tres soportes seleccionados, considerando que era necesario acceder desde sus cuentas de usuarios y su teléfono celular. En la mayoría de los casos se hicieron más de dos visitas por informante, algunos en el primer encuentro accedieron a proporcionar la información requerida para el análisis, en otros casos, fue necesario adaptarse a sus tiempos, teniendo varios encuentros hasta tener la información completa.

⁴⁸ *E-mail* es un término inglés derivado de *electronic mail*.

En un principio, se estableció que el tiempo para observar las actividades que realizan los informantes fueran cuatro semanas anteriores a la fecha en que se efectuaría el encuentro con los informantes, sin embargo, conforme se aplicaron las pruebas se observó que en algunos casos era necesario tomar más tiempo considerando que había informantes que tenían pocas actividades durante esas semanas. Cuando se presentaban estas situaciones, el límite fue marcado por el investigador tomando como base, no sólo el tiempo sino también la información que pudiera aportar datos a la investigación

Selección de los informantes. La elección de los informantes fue de tipo no probabilístico mediante una muestra de participantes voluntarios, “a esta clase de muestra también se le puede llamar autoseleccionada, ya que las personas se proponen como participantes en el estudio o responden activamente a una invitación” (Hernández et al 2010, p.396). Para esta investigación, al inicio se invitó a los 80 informantes que participaron en la primer etapa del estudio; de manera personalizada a cada informante se les proporcionaron las indicaciones necesarias para participar en esta segunda etapa, al principio las respuestas fueron positivas debido a que un gran número de personas aceptó participar de forma voluntaria, sin embargo al momento de contactarlos algunos se negaron, otros posponían la fecha pactada o simplemente inventaban cualquier excusa para no participar. Finalmente la muestra quedo conformada por 16 informantes entre jóvenes y adultos de los cuales se descartaron cuatro, considerando que su información estaba incompleta, por poner un ejemplo había quienes no contaban con correo electrónico o mensajes de texto; de esta forma la muestra definitiva quedo conformada de la siguiente manera:

Tabla 1: Características de los informantes que participaron en la segunda etapa

Informantes	Mujeres	Hombres	Total
Jóvenes	3	3	6
Adultos	3	3	6
			12

Recolección de los datos. Realizar esta segunda etapa de la investigación implicó serios desafíos, debido a que se requería analizar información que por lo general los informantes consideran confidencial y por lo tanto en cierta forma era invadir su privacidad. Fue necesario acceder desde sus cuentas de usuarios a los soportes seleccionados para observar las prácticas públicas y privadas que realizaban a través de estos medios.

Para poder recabar la información, se contactó de forma personalizada a cada uno de los informantes empleando diferentes medios como el correo electrónico, haciendo llamadas a su celular, casa, trabajo, otros más mediante mensajes de texto o visitas a sus domicilios, escuela o en el trabajo. Una vez contactados, se programó una cita por informante en un algún lugar en el que se tuviera acceso a Internet para acceder a sus cuentas de *Facebook* y correo electrónico desde una computadora, así mismo se les solicitó que trajeran con ellos su celular para respaldar sus mensajes de texto enviados y recibidos durante las últimas cuatro semanas.

Una vez programadas las citas, fue necesario buscar un mecanismo eficiente que permitiera recolectar la información de forma fácil y rápida, para posteriormente poder analizar los datos obtenidos, considerando en todo momento que probablemente sería la única vez que se tendría acceso a la información, en tal sentido se emplearon dos herramientas –fotografías y videos- que sirvieron para obtener los resultados esperados.

Teniendo en cuenta que uno de los objetivos de la investigación fue analizar el ciberlenguaje utilizado en los mensajes de texto, para hacer el respaldo, se le solicitó a cada uno de los informantes, que desde sus celulares mostraran los mensajes enviados y recibidos durante las cuatro semanas anteriores. La estrategia fue respaldar mediante fotografías cada uno de los mensajes para analizarlos más adelante.

Para el análisis del correo electrónico y la red social *Facebook*, el mecanismo fue diferente, se determinó utilizar un *software*⁴⁹ que permitiera grabar en vídeo las acciones se realizan en la pantalla del ordenador. De esta forma, se les solicitaba a los informantes que accedieran a su cuenta, una vez dentro, se procedía a ejecutar el programa para que iniciara la grabación de la pantalla mientras se hacía un recorrido de las actividades realizadas en las últimas cuatro semanas.

⁴⁹ Se utilizó el software “Screen Capture” que se descarga de forma gratuita de: <http://screencapturer.com/>

Finalmente se obtuvieron cuatro videos por informante, de *Facebook* fueron tres, el primero de las publicaciones en el muro, el segundo de las actividades recientes y el último de los mensajes privados o *inbox*. Mientras que del correo electrónico, sólo se obtuvo un video en el que se observaron los mensajes enviados y recibidos de las cuatro últimas semanas.

Estrategia interpretativa. Para el análisis de los datos, se utilizó como estrategia interpretativa el análisis de contenido, este tipo de análisis es:

Es una técnica de interpretación de textos, ya sean escritos, grabados, pintados, filmados..., u otra forma diferente donde puedan existir toda clase de registros de datos, transcripción de entrevistas, discursos, protocolos de observación, documentos, videos,... el denominador común de todos estos materiales es su capacidad para albergar un contenido que leído e interpretado adecuadamente nos abre las puertas al conocimientos de diversos aspectos y fenómenos de la vida social. (Abela, 2000, p.2)

Durante el trayecto de la observación y en conjunto con la teoría, se crearon categorías de análisis en las que se clasificaron y agruparon las temáticas, generando una serie de conceptos sobre los cuales se construyeron las categorías de análisis. Estas categorías se dividieron en tres ejes que se relacionan con los conceptos centrales de la pregunta de investigación y el objetivo.

Desde los conceptos de identidad, prácticas mediáticas y características el ciberlenguaje, se pretende indagar sobre la apropiación que jóvenes y adultos hacen del ciberlenguaje. A partir de estas categorías se elaboró la siguiente matriz de análisis que sirvió como base para el procesamiento de la información.

Tabla 2: Matriz de análisis de la apropiación del ciberlenguaje

Concepto	Categorías	Definición
Ciberlenguaje	Repetición	Se refiere básicamente al uso desmedido que se hace de las letras, signos o símbolos en la escritura, como repetir una o varias letras dentro de una palabra de forma continua.
	Combinación de mayúsculas y minúsculas	Integra la combinación de letras mayúsculas y minúsculas dentro de una palabra sin un orden,

		así como la combinación de palabras escritas, anotando unas en minúsculas y otras en mayúsculas dentro de una frase o párrafo.
	Contracción	Se incluyen todas aquellas palabras en las que eliminan letras tratando de hacerlas lo más cortas posibles con la intención de que sea más fácil y rápidas en la escritura
	Extranjerismos	Es el uso de palabras o expresiones lingüísticas que los usuarios toman de otras lenguas y las combinan con el idioma español. Pueden ser palabras o frases completas, que son escritas de forma correcta o modificada a modo del usuario.
	Ortografía	Hace referencia al uso adecuado de las reglas ortográficas y cómo algunas son omitidas
	Emoticones	Integra las imágenes predeterminadas que establece cada soporte, así como la secuencias de caracteres donde se combinan signos y símbolos para formar figuras por medio del teclado para crear expresiones gráficas, que pueden representar significados muy diversos como emociones o sentimientos.
Prácticas Mediáticas	Comerciales	Se definen como prácticas que tienen objetivos orientados a la búsqueda de opciones para adquirir o contratar diversos productos y servicios en el mercado.
	Entretenimiento	Son prácticas en donde se hace uso de distintos marcos o soportes en los cuales se pueden realizar actividades de entretenimiento con relación a juegos, tanto individuales o en grupo, y con relación a las industrias culturales como televisión, cine y música.
	Información para uso personal	Son prácticas donde se emplean las posibilidades en red para obtener información, programas y aplicaciones que pueden emplearse en la vida cotidiana, o apoyar con información para resolver problemas o tomar decisiones y en ocasiones para planear y realizar actividades fuera de lo usual, como la organización de un viaje.
	Información sobre lo público	Están orientadas en ampliar el conocimiento sobre asuntos o temas de interés general para distintos planos espaciales desde lo local hasta lo internacional, y en diversos ámbitos o aspectos como lo político, lo social, cultural, científico, espectáculos. El ejemplo más claro sería la consulta de la agen-

	da pública en las noticias
Académicas/Educativas	Se refieren a prácticas que apoyan los objetivos y procesos educativos relativos a la enseñanza-aprendizaje en instituciones formales o tomando en cuenta modalidades no formales como cursos en línea u otros. Por otra parte, en este rubro también se consideran las prácticas en línea que apoyan tareas no estrictamente educativas, sino con relación a la generación del conocimiento o de investigación
Laborales	Prácticas que se relacionan con un empleo formal o trabajo informal, el cual tenga como fines poner a disposición de otros, bienes o un servicio a cambio de algún beneficio, principalmente económico, aunque pueden darse otras formas de pago, claramente establecidas de antemano a través de un contrato.
Lúdico creativas	Se emplean las diversas posibilidades en la red, por parte del usuario, para diseñar o aportar a la realización de una producción creativa propia o en conjunto con otros, en términos de generar un producto escrito o audiovisual.
Políticas	Son aquellas que emplean los usuarios cuyo fin es una participación ciudadana en términos de cumplir con sus obligaciones o hacer valer sus derechos, principalmente con relación a instituciones políticas formales como elecciones de gobernantes y representantes o formar parte de la membresía y militar en partidos políticos. Además de las participaciones con organizaciones o movimientos sociales ciudadanos, no gubernamentales que tengan fines de participación o búsqueda de un cambio en los asuntos y problemas públicos.
Sociales	Estas prácticas se centran en las relaciones personales con otros usuarios en Internet, principalmente de amistad y afectivas, en las cuales el objetivo es la misma comunicación en el sentido de la función fáctica de Jacobson.
Trámites administrativos	Se entienden como las prácticas que tienen como objetivo llevar a cabo una tarea concreta generalmente bancaria o burocrática. Se relaciona con las comerciales y políticas, pero a diferencia de la primera no tiene como fin una compra, sino sólo transacciones monetarias o de pago de servicios o compras previas. En el caso de lo político, aunque en sentido estricto hay actividades burocráticas que constituyen obligaciones ciudadanas como el

		pago de impuestos, la diferencia es que son trámites en donde no hay una toma de decisión sino sólo una actividad específica.
	Edad	Describe las diferencias en la apropiación del ciberlenguaje que utilizan jóvenes y adultos como forma de identidad, que se crea a partir de las prácticas mediáticas que realizan entre pares en los tres soportes seleccionados.
Identidad	Familia	Integra las características propias que guían a sus miembros para mantener un vínculo con la familia y reforzar la relación afectiva.
	Género	Integra los rasgos que caracterizan a hombres y mujeres como círculos de pertenencia a los que se adscribe durante las interacciones que se suscitan en momentos específicos en los que se identifica el uso del ciberlenguaje.

La información obtenida del trabajo de campo fue analizada minuciosamente para inferir a partir de la escritura que utilizan, la apropiación que le otorgan a las prácticas mediáticas que los usuarios realizan en los tres soportes seleccionados. En el siguiente capítulo se presentan los hallazgos localizados y su interpretación.

CAPÍTULO IV

4. DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS JÓVENES Y ADULTOS, DOS LÓGICAS DISTINTAS EN LA APROPIACIÓN DEL CIBERLENGUAJE

El objetivo de este capítulo es describir los resultados obtenidos a partir de la sistematización de los datos recabados, sobre la apropiación que construyen jóvenes y adultos en relación al uso del ciberlenguaje, como una forma de identidad a través de las prácticas mediáticas que realizan en la comunicación digital interactiva, para comprender las diferencias entre estos dos grupos de edades.

Los resultados están organizados en dos apartados que se estructuraron con base en la estrategia metodológica, el objetivo general y los objetivos específicos, presentados en el siguiente orden: en el primero se hace una descripción de los resultados obtenidos del análisis de disponibilidad léxica, presentando por centro de interés el vocabulario específico empleado por jóvenes y adultos sobre el uso de tecnologías de la información y comunicación así como del ciberlenguaje, identificando los patrones de similitudes y diferencias que puedan existir entre ambas generaciones. Estos elementos sientan las bases cuantitativas para complementarse con el segundo apartado que profundiza en la apropiación que jóvenes y adultos hacen del ciberlenguaje como una forma de identidad, las características, así como las prácticas que desarrollan mediante los mensajes cortos de telefonía móvil, la red social *Facebook* y el correo electrónico.

El rango de edad de los sujetos de estudio osciló ente los 15 y 41 años. En el caso de los jóvenes la categoría de edad fue de 15 a 18 años, los alumnos informantes cursaban el segundo, cuarto y sexto semestre⁵⁰ de preparatoria. El grupo de adultos osciló en-

⁵⁰ Del grupo de estudiantes entrevistados tres cursaban el segundo semestre, veinte el cuarto semestre y diecisiete el sexto semestre.

tre los 31 y 41 años, con escolaridad de primaria hasta posgrado⁵¹, lo que dio equilibrio a la muestra.

El celular, la laptop y la computadora son los dispositivos que utilizan con mayor frecuencia los informantes para conectarse a Internet. Los jóvenes señalan que es el celular el medio de conexión que más emplean, seguido de la laptop y la computadora; contrario a los adultos cuyo soporte de conexión más comúnmente empleado es la computadora de escritorio, seguido de la laptop y finalmente el teléfono celular, cabe mencionar que ambos grupos de edad señalaron que en ocasiones se conectan por otros medios como las consolas de juegos, las tabletas y los reproductores de MP3, aunque en una proporción mucho más baja.

Ambas generaciones utilizan de manera frecuente el teléfono celular, existiendo diferenciaciones en su uso. Los jóvenes indicaron que lo usan principalmente para enviar y recibir mensajes de texto, ya que les resulta más económico que hacer llamadas, además por lo regular se comunican a través de aplicaciones instaladas en el teléfono como *WhatsApp*, *Skype* y *Messenger* de *Facebook*, teniendo la ventaja que este tipo de mensajería instantánea no les genera un costo adicional. En el caso de los adultos lo utilizan con mayor frecuencia para hacer y recibir llamadas.

Respecto al uso del correo electrónico, de los adultos entrevistados, el 25 por ciento no tiene cuenta de correo, contrario a los jóvenes con un 88 por ciento que señalaron que si tienen cuenta de correo electrónico pero no la utilizan con frecuencia, debido a que desde las redes sociales pueden enviar y recibir información.

Sobre el uso de redes sociales, apreciaron resultados similares en ambos grupos de edades, tanto jóvenes como adultos indicaron que la red social que utilizan con mayor frecuencia es *Facebook*, seguida de *YouTube* y *Google+*. Dentro de las actividades que realizan en las redes sociales, los jóvenes confirman que las utilizan principalmente para enviar y recibir mensajes instantáneos, ver y subir fotografías, compartir imágenes y publicar mensajes personales. Por su parte los adultos indicaron como principales actividades, enviar y recibir mensajes instantáneos, ver fotografías y compartir imágenes.

⁵¹ Seis de los adultos entrevistados contaban con escolaridad de primaria, siete con secundaria, ocho habían cursado hasta el nivel preparatoria, siete más son técnicos, cuatro cuentan con licenciatura y ocho tienen posgrado.

Respecto a las horas de conexión a Internet por día, la mayoría de los jóvenes encuestados señalaron que pasan de una a cuatro horas al día conectados. Mientras que en los adultos el panorama es diferente, ellos indicaron que usan de una a dos horas promedio al día para conectarse, sin embargo también se observó que un alto porcentaje de adultos no contestó la pregunta fundamentando que no saben utilizar Internet o simplemente porque no les gusta.

Los lugares desde los cuales se conectan a Internet, los jóvenes señalaron que habitualmente lo hacen desde la casa y la escuela; los adultos presentaron respuestas similares, indicando que en primer lugar se conectan desde la casa y el trabajo. Finalmente se cuestionaron cuáles eran las prácticas que realizan al menos una vez por semana enlistando las siguientes:

- | | |
|-----------------------------|------------------------------|
| a) Leer noticias | h) Descargar música y videos |
| b) Hacer tareas | i) Buscar información |
| c) Transacciones bancarias | j) Chatear/mensajes |
| d) Comprar en línea | k) Entrar a redes sociales |
| e) Juegos en línea | l) Enviar o revisar correos |
| f) Ver videos y tv en línea | m) Enciclopedias en línea |
| g) Escuchar radio en línea | n) Blogs |

Los jóvenes indicaron que las prácticas que realizan al menos una vez por semana en Internet están enfocadas principalmente en descargar música y videos, enviar y recibir mensajes instantáneos y acceder a redes sociales. En contraste, las preferencias de los adultos fueron buscar información, enviar correos y acceder a redes sociales.

Los resultados de la encuesta permitió identificar y diferenciar algunas de las principales actividades que realizan ambas generaciones en Internet, así como los dispositivos que utilizan y las horas de conexión por semana, estos elementos permitieron conocer la opinión de los informantes y su relación con las tecnologías, en donde ocasionalmente se ve reflejado el uso del ciberlenguaje. Al mismo tiempo sus respuestas corroboraron la importancia de haber elegido los mensajes cortos de telefonía móvil, la red social *Facebook* y el correo electrónico, como los soportes para analizar en esta investigación, debido al número considerable de informantes que los utilizan de forma cotidiana.

También fue observable que los jóvenes están más relacionados con el uso de las tecnologías, ya que pasan mayor tiempo conectados a Internet utilizando múltiples dispositivos a la vez; accediendo con la intención de realizar tareas de la escuela, pero primordialmente para socializar con los amigos. Por su parte, en los adultos se pudo apreciar que fueron menos las horas que se conectan a la red, haciéndolo desde un o dos dispositivos a la vez, conectándose regularmente desde el hogar y el trabajo, con el objetivo de realizar asuntos laborales, tareas de los hijos y para estar en contacto con la familia.

4.1. El léxico disponible de jóvenes y adultos sobre ciberlenguaje, Internet y otras tecnologías

La disponibilidad léxica es un ámbito de investigación lingüística que permite obtener el léxico disponible de una comunidad de habla, es decir se obtiene el vocabulario específico de un tema en concreto. En este apartado se presentan los resultados cuantitativos del análisis de disponibilidad léxica aplicado a jóvenes y adultos sobre el uso de ciberlenguaje, Internet y otras tecnologías.

Los datos fueron obtenidos por medio de pruebas estadísticas que ayudaron a conocer de manera fiable y significativa diferentes variables sociolingüísticas, exponiendo en primer lugar los valores generales de la muestra, para posteriormente presentar por centro de interés los resultados obtenidos, contrastando en todo momento los dos grupos de edad analizados. Se inicia describiendo, el total de palabras adquiridas⁵², el número de vocablos⁵³ alcanzados, el promedio de respuestas por informante, la densidad léxica⁵⁴ y el índice de cohesión⁵⁵, obteniendo así la productividad de cada área temática.

Consecutivamente se comparan por centro de interés el número de vocablos obtenidos por generación, con la intención de mostrar las principales palabras –vocablos- que se utilizan en el ciberlenguaje, así como las relacionadas con las tecnologías. Para de esta forma definir qué centros son más dispersos y cuáles más compactos.

⁵² Entendiendo por “**palabra**” cada una de las respuestas dadas por los informantes. las cuales pueden ser emitidas dos o más veces por un mismo informante, pero en diferente centro de interés.

⁵³ Considerando como “**vocablo**” cada una de las palabra diferentes mencionadas por los informantes.

⁵⁴ Se obtiene dividiendo el número total de unidades léxicas producidas en cada centro de interés por el número de palabras diferentes o vocablos.

⁵⁵ Se calcula dividiendo el promedio de respuestas por sujeto en cada centro de interés entre el número de palabras diferentes tabuladas en ese centro.

Total de palabras obtenidas. Después de procesar la información de los 80 informantes -jóvenes y adultos-, se puede apreciar que el total de palabras registradas en los cinco centros de interés fue de 5,070 distribuidas de la siguiente manera:

Tabla 3: Total de palabras registradas por jóvenes y adultos

Centro de interés	Total de palabras		Total
	Jóvenes	Adultos	
Los muebles de la casa, aparatos electrónicos y electrodomésticos	734	715	1449
Entretenimiento, juegos y diversiones	639	622	1261
Internet y otras tecnologías información y comunicación	543	525	1068
Palabras que se abrevian en telefonía e Internet	375	224	599
Emoticones	436	257	693
Total	2727	2343	5070

El centro de interés con mayor producción fue el número uno “*los muebles de la casa, aparatos electrónicos y electrodomésticos*” al obtener 1449 palabras. En contra parte el centro con menor producción fue el cuarto “*palabras que se abrevian en telefonía e Internet*” al obtener 599 palabras. Se habla de “palabras” y no de vocablos porque se trata de palabras que son emitidas dos o más veces por un mismo informante aunque el registro se hiciera en diferentes centros de interés.

Las palabras proporcionadas por cada uno de los informantes, permitieron apreciar que los jóvenes en general alcanzaron posiciones más altas al obtener 119 palabras como máximo y 42 como mínimo, mientras que los adultos el máximo número de palabras alcanzadas fueron de 111 y la menor de 4.

Gráfica 1: Total de palabras proporcionadas por informante

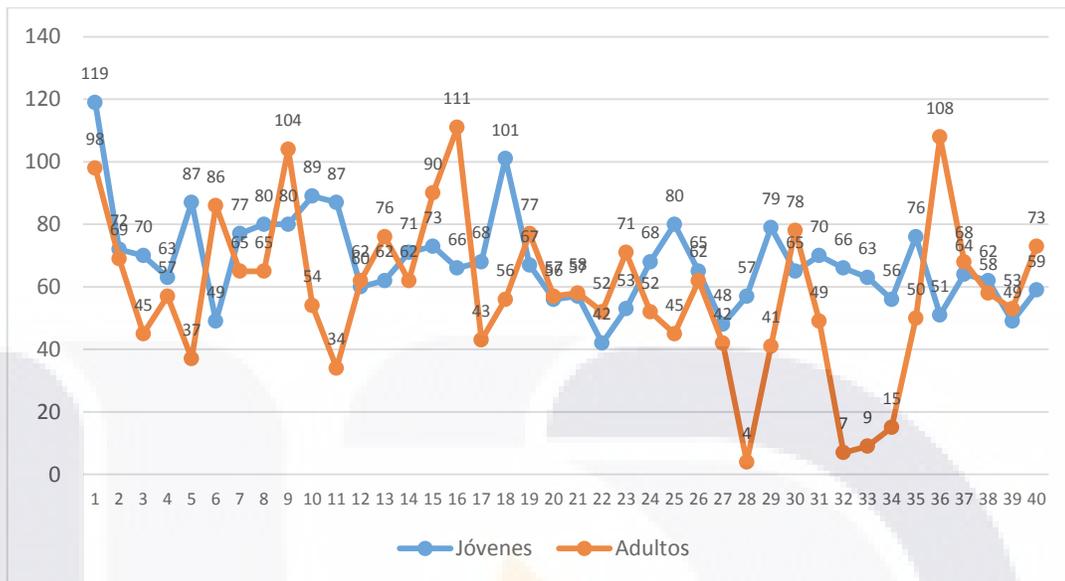


Tabla 4, permite apreciar por generación el promedio de palabras obtenidas por centro de interés. En ambas generaciones el promedio menor se presentó en el centro de interés “palabras que se abrevian en telefonía e Internet”, sin embargo, los adultos también mostraron una producción baja en el centro de interés “emoticones”.

El máximo y mínimo de palabras emitidas en cada centro de interés por generación, permiten observar diferencias marcadas en relación a las aportaciones de los informantes. Los jóvenes por lo general siempre mostraron resultados mayores que los adultos, en estos últimos se puede apreciar informantes que no proporcionaron palabras en algunos centros de interés.

Tabla 4: Promedio de palabras proporcionadas por centro de interés

Centro de interés	Jóvenes			Adultos		
	Mínimo	Máximo	Promedio	Mínimo	Máximo	Promedio
Los muebles de la casa, aparatos electrónicos y electrodomésticos	10	29	18.3	3	27	17.8
Entretenimiento, juegos y diversiones	6	28	15.9	1	38	15.5
Internet y tecnologías de la información y comunicación	6	33	13.5	0	43	13.1
Palabras que se abrevian en telefonía e Internet	5	16	9.3	0	22	5.6
Emoticones	6	19	10.9	0	17	6.4

Total de vocablos obtenidos. Tomando como referencia que cada una de las diferentes palabras proporcionadas por los informantes son consideradas como vocablos. Los resultados muestran que del total de 5,070 palabras registradas en los cinco centros de interés, sólo 1,574 son vocablos. Esta cantidad indica que la producción promedio de vocablos por área temática es de 314.8 y el promedio por informante fue de 19.67. A continuación se muestra de manera detallada los resultados de cada centro de interés y las diferencias entre jóvenes y adultos.

El centro de interés “*los muebles de la casa, aparatos electrónicos y electrodomésticos*” es el campo léxico más denso, en él se puede apreciar que el número de respuestas fue alto, sin embargo un número considerable de sus respuestas eran repetidas. En contraparte el centro de interés cinco “*emoticones*” es el de menor densidad lo que indica que se tiene una mayor heterogeneidad en sus respuestas.

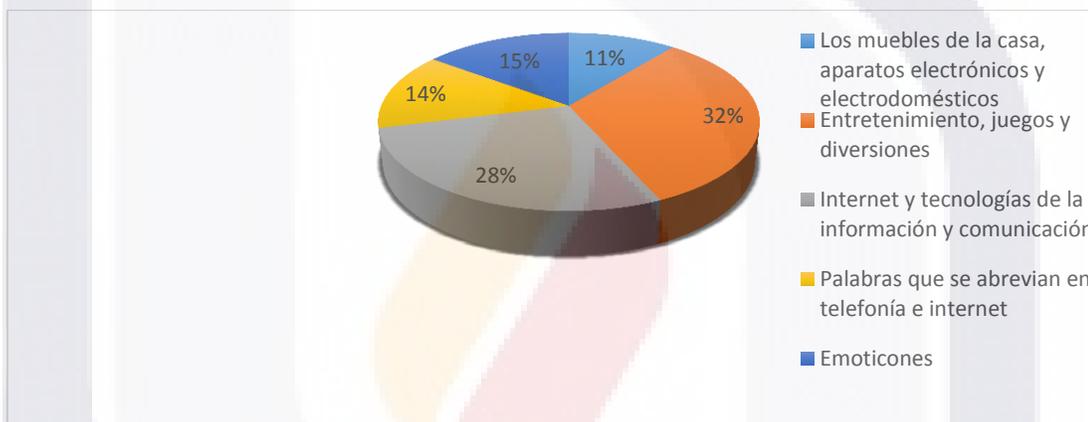
De forma correlativa, los centros de interés “*los muebles de la casa, aparatos electrónicos y electrodomésticos*” y “*palabras que se abrevian en telefonía e Internet*” presentaron mayor confluencia entre las palabras emitidas y los vocablos o entradas capturadas, así mismo el menor índice de cohesión o más difuso fue el centro de interés “*emoticones*”, esto indica que en este centro aparecen un elevado número de vocablos con una frecuencia muy baja.

Tabla 5: Total de vocablos por centro de interés.

Centro de interés	Total de palabras	Total de vocablos	Promedio de vocablos por informante	Densidad léxica	Índice de cohesión
Los muebles de la casa, aparatos electrónicos y electrodomésticos	1449	171	2.14	8.47	0.01251
Entretenimiento, juegos y diversiones	1261	511	6.39	2.46	0.01250
Internet y tecnologías de la información y comunicación	1068	436	5.45	2.44	0.0125
Palabras que se abrevian en telefonía e Internet	599	223	2.79	2.68	0.01251
Emoticones	693	233	2.91	1.87	0.01244
Total	5070	1574	19.68	-	-

La distribución porcentual de los vocablos obtenidos en los cinco centros de interés, indica que el centro más productivo corresponde al número dos “*entretenimiento, juegos y diversiones*” al obtener 511 vocablos equivalentes al 32 por ciento, colocándolo por encima de la producción media, seguido del centro tres “*Internet y tecnologías de la información y comunicación*” también con una tasa muy elevada. Los tres centros restantes muestran valores inferiores al promedio, siendo el número uno “*los muebles de la casa, aparatos electrónicos y electrodomésticos*” el menos productivo al obtener 171 vocablos que equivale al 11 por ciento.

Gráfica 2: Distribución porcentual de vocablos por centro de interés



Vocablos por generación. Comparativamente se puede apreciar que el número de vocablos obtenidos por generación son semejantes, los resultados expresan que el total de vocablos proporcionados por los jóvenes fue de 968, con un promedio de 193.6 vocablos por centro de interés y 24.2 palabras promedio por informante. En contraste los adultos generaron un total de 949 vocablos, con un promedio por centro de interés de 189.8 y un promedio de 23.7 palabras emitidas por participante.

Analizándolo por centro de interés, se puede apreciar que los jóvenes produjeron más vocablos en los centros “*muebles de la casa, aparatos electrónicos y electrodomésticos*”, “*palabras que se abrevian en telefonía e Internet*” y “*emoticones*”, mientras que los adultos obtuvieron un mayor número de vocablos en los centros de interés “*entretenimiento, juegos y diversiones*” e “*Internet, tecnologías de la información y comunicación*”.

Tabla 6: Total de vocablos por centro de interés entre generaciones

Centro de interés	Total de vocablos			
	Jóvenes	%	Adultos	%
Los muebles de la casa, aparatos electrónicos y electrodomésticos	127	13.12	120	12.64
Entretenimiento, juegos y diversiones	307	31.71	317	33.40
Internet y tecnologías de la información y comunicación	228	23.55	275	28.98
Palabras que se abrevian en telefonía e Internet	157	16.22	120	12.64
Emoticones	149	15.39	117	12.33
Total de vocablos	968	100	949	100

Si se analiza por generación, se puede apreciar que existen palabras que se repiten debido a que varios informantes pudieron proporcionar la misma palabra, pero al contabilizarlas se cuentan como una sola para así convertirse en vocablo. En este sentido los resultados muestran, que el total de vocablos que comparten ambas generaciones es de 1574 vocablos, de estos 338 fueron proporcionados por ambas generaciones, de ellos 625 se encontraron sólo en las respuestas de los jóvenes y 606 en las de adultos.

Tabla 7: Vocablos que comparten adultos y jóvenes

Centro de interés	Vocablos compartidos	Vocablos distintos en Jóvenes	Vocablos distintos en Adultos	Total de vocablos
Los muebles de la casa, aparatos electrónicos y electrodomésticos	76	51	44	171
Entretenimiento, juegos y diversiones	113	194	204	511
Internet y tecnologías de la información y comunicación	67	161	208	436
Palabras que se abrevian en telefonía e Internet	54	103	66	223
Emoticones	33	116	84	233
Total de vocablos	343	625	606	1574

Para determinar los vocablos más utilizados en cada centro de interés, se consideró el 75 por ciento de frecuencia acumulada de los vocablos obtenidos. Tomando como base a Samper (1998), quien observa que en las listas de resultados deben distinguirse las respuestas que reflejan hechos de norma de aquellas que ofrecen la reacción particular de uno o dos informantes. Esto justifica adoptar un criterio que discriminará los datos recogidos en los listados, estableciendo así un límite del 75 por ciento de frecuencia acumulada.

Por lo tanto, si un número reducido de vocablos soporta el 75 por ciento de frecuencia acumulada, indica que sus conceptos están más consolidados dentro de una comunidad, a la inversa, los centros de interés que presentan cantidades más altas de vocablos hacia el 75% denotan un menor conocimiento compartido sobre la temática asociada con el centro.

Con base en los resultados, se puede observar que la suma de los principales vocablos utilizados por los jóvenes en los cinco centros de interés asciende a 292. Mientras que los adultos alcanzaron 343. Esto indica que los jóvenes tienen un vocabulario más compacto y los adultos cuentan con un vocablo más disperso.

Tabla 8: Índice de frecuencia acumulada

Centro de interés	75% índice de frecuencia acumulada (vocablos más utilizados)		
	Jóvenes	Adultos	General
Los muebles de la casa, aparatos electrónicos y electrodomésticos	28	27	28
Entretenimiento, juegos y diversiones	109	124	158
Internet y tecnologías de la información y comunicación	67	107	124
Palabras que se abrevian en telefonía e Internet	49	49	68
Emoticones	39	36	53
Total de vocablos	292	343	431

4.1.1. Centro de interés muebles de la casa, aparatos electrónicos y electrodomésticos

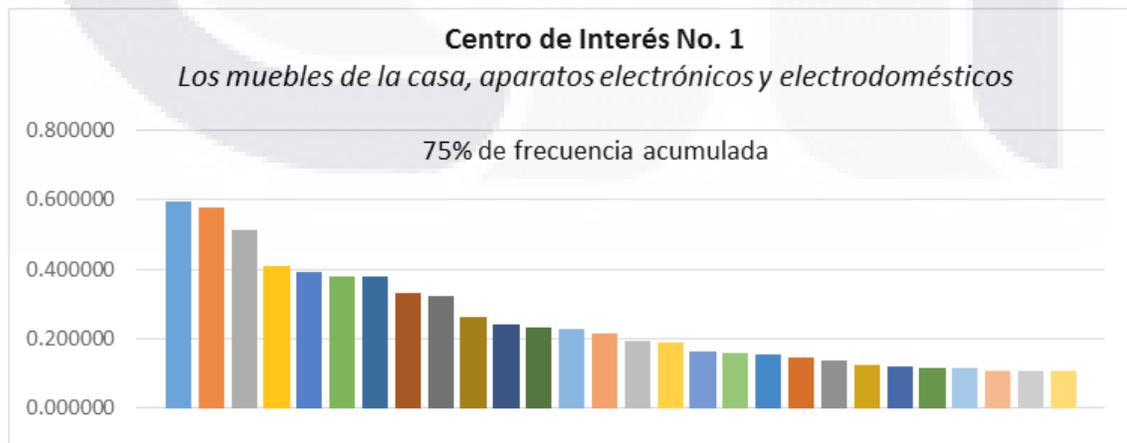
A continuación se señalan por centro de interés el total de palabras y vocablos obtenidos, la frecuencia acumulada del 75 por ciento⁵⁶ y su densidad de disponibilidad. Considerando en primera estancia el total de encuestados y después por generación.

El Centro de interés uno “*los muebles de la casa, aparatos electrónicos y electrodomésticos*”, produjo un total de 1,449 palabras, de las cuales 171 son vocablos con una densidad de disponibilidad de 8.47.

Tomando como referencia el 75 por ciento de frecuencia acumulada en la gráfica 15, se puede apreciar que los 28 primeros vocablos de la lista son los que conforman el vocabulario más comúnmente utilizado sobre esta temática, lo que refleja que este centro de interés es el más compacto de todos debido a que un número bajo de vocablos conforma los más utilizados

Si se analiza comparativamente por generaciones, se puede apreciar que los jóvenes alcanzaron una posición mayor en este centro de interés al obtener 734 palabras y 127 vocablos, con una frecuencia acumulada del 75 por ciento en los 28 primeros vocablos de la lista. Por su parte los adultos generaron 715 palabras y 120 vocablos, logrando con 27 vocablos del 75 por ciento de frecuencia acumulada.

Gráfica 3: Frecuencia acumulada del centro de interés uno “*Los muebles de la casa, aparatos electrónicos y electrodomésticos*”



⁵⁶ Se consideró que los vocablos que conforman el vocabulario más utilizado por centro de interés son los que por orden de disponibilidad suman el 75 por ciento de la frecuencia acumulada.

1. cama	2. silla
3. mesa	4. estufa
5. televisión	6. refrigerador
7. sillón	8. licuadora
9. computadora	10. ropero
11. microondas	12. lavadora
13. estéreo	14. sofá
15. buró	16. comedor
17. radio	18. sala
19. plancha	20. horno de microondas
21. librero	22. dvd
23. tostador	24. lámpara
25. celular	26. clóset
27. tocador	28. teléfono

En el aspecto cuantitativo el centro de interés uno “los muebles de la casa, aparatos electrónicos y electrodomésticos”, no mostró cambios significativos en cuanto al número de vocablos obtenidos, debido a que ambas generaciones lograron cifras similares en sus resultados. Se puede observar que el nivel de coincidencia entre generaciones en los 10 primeros vocablos de la lista es de 9, las diferencias fueron microondas (jóvenes) y ropero (adultos).

Tabla 9: Vocablos obtenidos del centro de interés uno, “*Los muebles de la casa, aparatos electrónicos y electrodomésticos*”

Posición	Jóvenes		Adultos		General	
	Vocablos	IDL	Vocablos	IDL	Vocablos	IDL
1	cama	0.51537	silla	0.70794	cama	0.59392
2	mesa	0.51341	cama	0.70217	silla	0.57617
3	Silla	0.47322	mesa	0.54139	mesa	0.51453
4	sillón	0.46591	estufa	0.39662	estufa	0.40932
5	televisión	0.45889	licuadora	0.37357	televisión	0.38985
6	estufa	0.44248	refrigerador	0.36969	refrigerador	0.37968
7	refrigerador	0.40865	televisión	0.34029	sillón	0.37818
8	microondas	0.36900	ropero	0.33146	licuadora	0.33096
9	computadora	0.34663	computadora	0.31188	computadora	0.32123
10	Licuadora	0.30491	Sillón	0.30937	ropero	0.26327

La decisión de incluir este centro como parte del proyecto, fue con la intención de identificar el lugar que ocupan en la mente de los informantes las tecnologías de la infor-

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

mación y comunicación. Los resultados mostraron que en general los encuestados se centraron principalmente en proporcionar vocablos sobre muebles de la casa y aparatos electrodomésticos, dejando de lado los relacionados con las tecnologías.

Si se analiza a detalle por generación, se puede observar que las primeras posiciones del centro de interés donde aparecen aquellos vocablos que fueron considerados como los más disponibles, los jóvenes arrojaron entre sus respuestas siete vocablos cercanos con el objetivo, mientras que los adultos sólo cinco. En contraparte, si se considera el total de vocablos obtenidos por centro de interés, se puede observar que los jóvenes aportaron un total de 40 vocablos que tienen relación con la tecnología; mientras que en los adultos las cifras fueron menores, al contar sólo con 29 palabras relacionadas con el objetivo planteado.

Sin embargo en ambas generaciones estos vocablos se encontraron entre las últimas posiciones de la lista, por lo que se considera que son respuestas con poca importancia, debido a que sólo un par de informantes los señalaron, estimando que no son un parámetro significativo para ser considerados dentro de los principales vocablos que conforman el vocabulario de este centro.

Con base en los fundamentos señalados para este centro, se puede considerar que los jóvenes en todo momento llevaron la delantera conforme al objetivo planteado, debido a que consideraron entre sus respuestas un número mayor de vocablos relacionados con la tecnología, lo que afirma como los jóvenes se apropian y utilizan en mayor medida que los adultos las tecnologías como parte de sus actividades cotidianas.

4.1.2. Centro de interés entretenimiento, juegos y diversiones

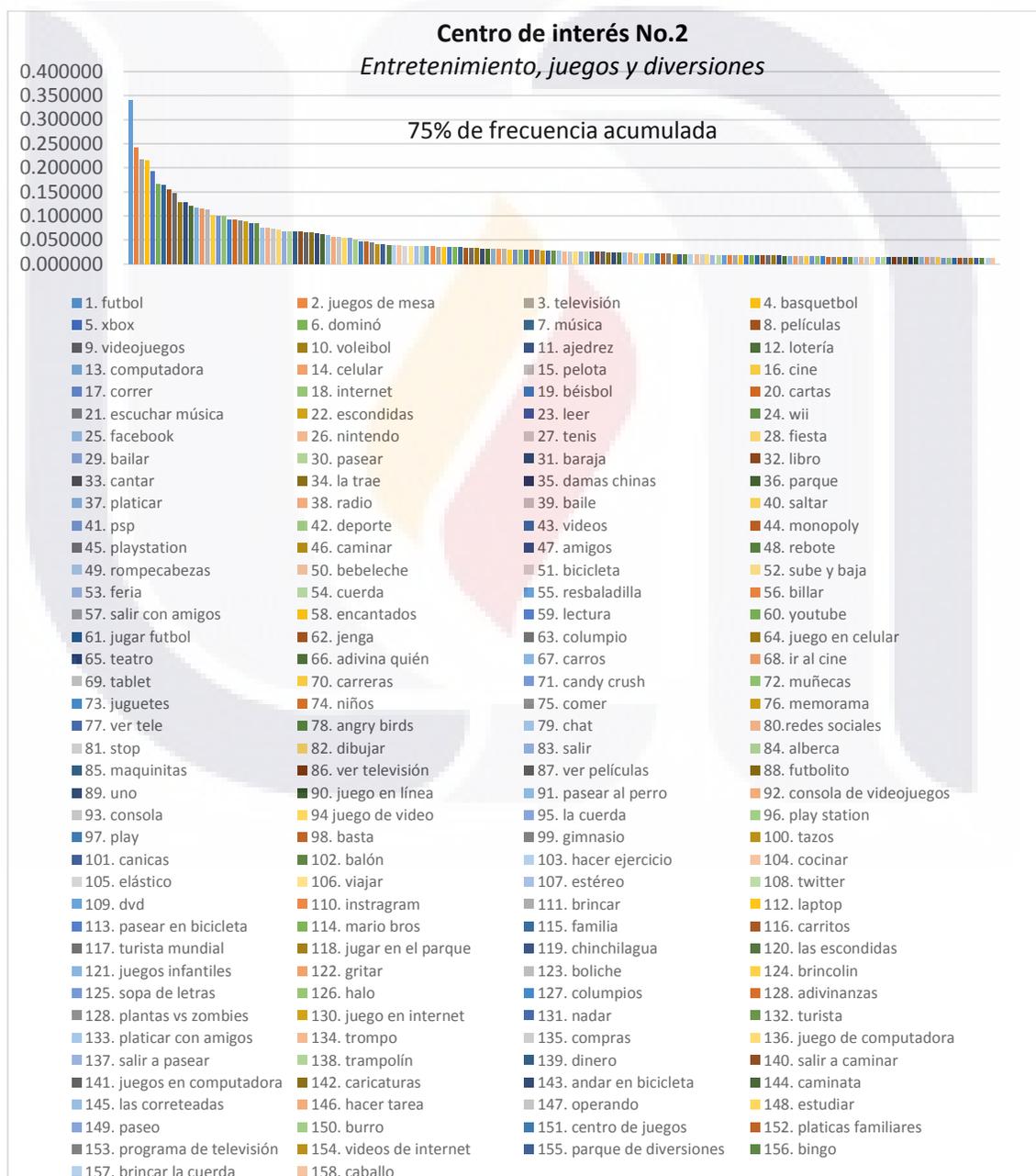
El centro de interés dos "*Entretenimiento, juegos y diversiones*", produjo en ambas generaciones un total de 1,261 palabras, así como 511 son vocablos y una densidad de disponibilidad de 2.46. Analizando por generación, los jóvenes obtuvieron un total de 639 palabras y 307 vocablos; en contraste los adultos tuvieron mayor producción al generar 622 palabras y 317 vocablos.

De manera global este centro fue el que obtuvo la mayor producción, al llegar al 75 por ciento de frecuencia acumulada con 158 vocablos, sin embargo esto también indica

que este es un centro disperso por el número elevado de vocablos que conforman el 75 por ciento.

Analizando por generación, se puede apreciar que los jóvenes obtuvieron una frecuencia acumulada del 75 por ciento en los 109 primeros vocablos de la lista, mientras que los adultos lograron el 75 por ciento de frecuencia acumulada con 124 vocablos. Por lo que en estos últimos su vocabulario está aún más disperso.

Gráfica 4: Frecuencia acumulada del centro de interés dos “*Entretenimiento, juegos y diversiones*”



En cuanto a números se refiere, no se encontraron diferencias significativas entre generaciones en el centro de interés “*entretenimiento, juegos y diversiones*”, los adultos aportaron sólo diez vocablos más que los jóvenes, sin embargo si se identificaron diferencias entre sus respuestas, como se puede apreciar en la Tabla 10: *Vocablos obtenidos del centro de interés dos “Entretenimiento, juegos y diversiones”* coincidieron en cinco de los diez primeros vocablos de las listas.

Tabla 10: Vocablos obtenidos del centro de interés dos “*Entretenimiento, juegos y diversiones*”

Posición	Jóvenes		Adultos		General	
	Vocablos	IDL	Vocablos	IDL	Vocablos	IDL
1	Futbol	0.32584	Futbol	0.34030	Futbol	0.33986
2	Xbox	0.29427	Juegos de mesa	0.29264	Juegos de mesa	0.24209
3	Basquetbol	0.21991	Dominó	0.23681	Televisión	0.21782
4	Televisión	0.20891	Televisión	0.21625	Basquetbol	0.21505
5	Juegos de mesa	0.18280	Basquetbol	0.18711	Xbox	0.19320
6	Música	0.17003	Lotería	0.17112	Dominó	0.16514
7	Películas	0.16726	Ajedrez	0.15226	Música	0.16409
8	Facebook	0.14283	Cine	0.15073	Películas	0.15543
9	Videojuegos	0.13998	Videojuegos	0.14724	Videojuegos	0.14714
10	Wii	0.13001	Pelota	0.14664	Voleibol	0.12836

Comparativamente se puede observar que en las primeras posiciones del centro de interés donde aparecen los vocablos más disponibles, los jóvenes arrojaron entre sus respuestas 45 vocablos relacionados con la tecnología, mientras que los adultos lograron una cantidad menor con sólo 38.

Considerando el total de vocablos obtenidos por centro de interés, se pudo observar que los jóvenes aportaron 90 vocablos que tienen relación con la tecnología, mientras que en los adultos las cifras fueron menores al contar con 66 palabras relacionadas con el objetivo.

El propósito de incluir este centro fue el mismo que el centro de interés anterior, para identificar si dentro de los principales vocablos obtenidos había una estrecha relación con las tecnologías. Los resultados permitieron apreciar que los jóvenes señalaron entre

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

sus principales respuestas vocablos que están estrechamente relacionados con la tecnología.

En contraparte, las respuestas de los adultos se enfocaron principalmente en juegos tradicionales como juegos de mesa, lotería, ajedrez, damas chinas, baraja, así como deportes y otras actividades, sin embargo entre sus respuestas también se encontraron las relacionadas con las tecnologías pero de manera más dispersa, es decir no fueron su prioridad.

En ambas generaciones se pudo observar el uso de extranjerismo, los cuales son utilizados principalmente para describir vocablos que tiene relación con juegos que están relacionados con la tecnología. Los listados obtenidos también permitieron deducir las principales tendencias que los jóvenes y adultos realizan como parte de su entretenimiento.

Los jóvenes mostraron mayor importancia a juegos y actividades relacionadas con la tecnología, seguido de los deportes, después juegos tradicionales como los de mesa, cartas, escondida, lotería, entre otros y finalmente señalaron una serie de actividades como pasea, platicar, leer y bailar.

Por su parte, los adultos se interesaron en señalar principalmente actividades relacionadas con la familia como deportes, juegos de mesa, salir a pasear, ir al cine, al parque, al teatro, fiestas infantiles, entre otros. Sin embargo también incluyeron actividades relacionadas con las tecnologías pero a menor escala.

Finalmente, los resultados obtenidos para este centro, permitieron mostrar como nuevamente los jóvenes manifestaron mayor interés en dar prioridad a palabras relacionadas con el objeto de estudio, mientras que los adultos a pesar de que obtuvieron mayor número de vocablos, sus respuestas se enfocaron más hacia actividades que no tienen relación con las tecnologías.

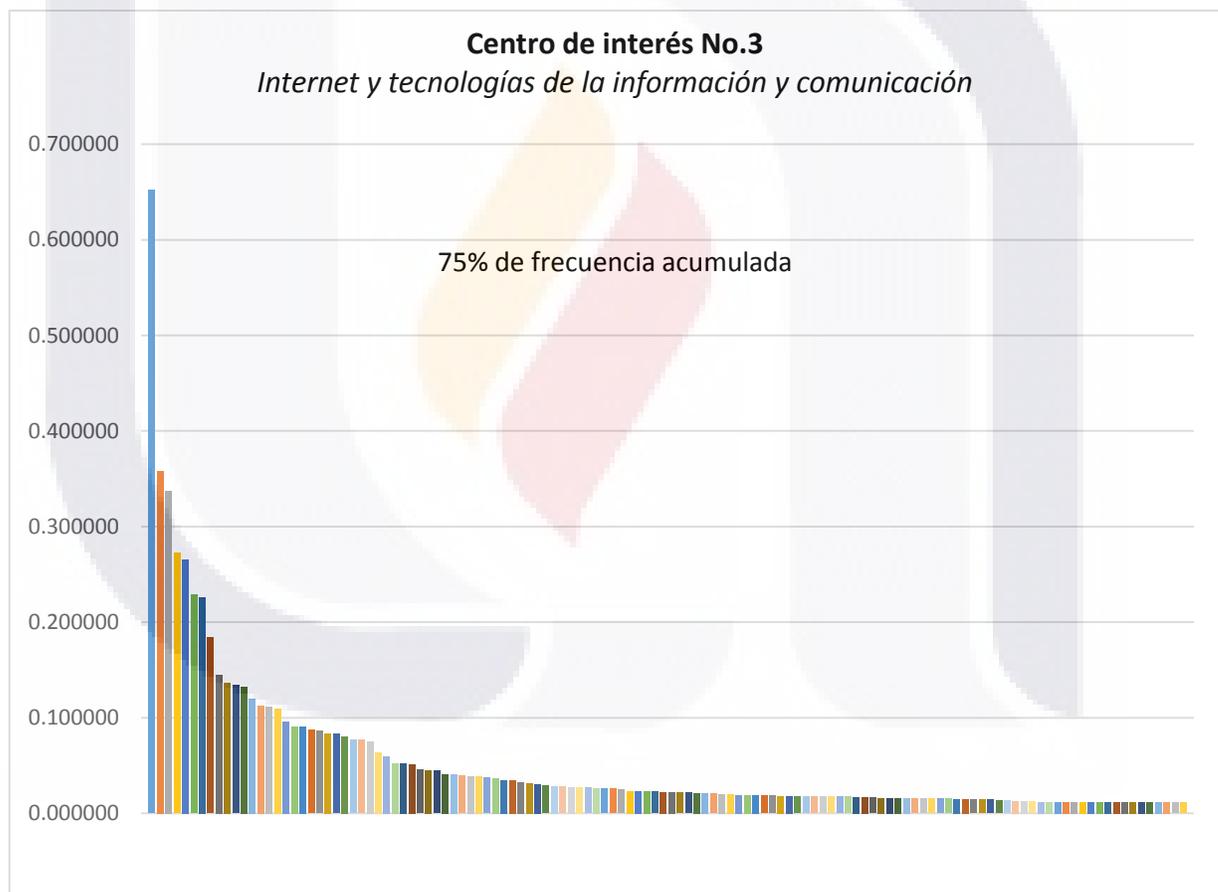
4.1.3. Centro de interés Internet y tecnologías de la información y comunicación

En el centro de interés tres "*Internet y tecnologías de la información y comunicación*" se obtuvieron un total de 1,068 palabras, de las cuales 436 son vocablos, con una densidad de disponibilidad de 2.44. Por lo tanto, los 124 primeros vocablos de la lista son los más

comúnmente utilizados, tomando como referencia el 75 por ciento de frecuencia acumulada.

En este centro nuevamente los adultos llevaron la delantera al producir 526 palabras y 275 vocablos, con una frecuencia acumulada del 75 por ciento en los primeros 275 vocablos. Por su parte, los jóvenes obtuvieron 543 palabras y 228 vocablos, alcanzando en los 67 primeros vocablos el 75 por ciento de frecuencia acumulada.

Gráfica 5: Frecuencia acumulada del centro de interés tres “*Internet y tecnologías de la información y comunicación*”



- 1. facebook
- 2. google
- 3. youtube
- 4. twitter
- 5. celular
- 6. wikipedia
- 7. computadora
- 8. hotmail
- 9. teléfono
- 10. tablet
- 11. messenger
- 12. yahoo
- 13. videos
- 14. laptop
- 15. noticias
- 16. radio
- 17. chat
- 18. música
- 19. myspace
- 20. correo electrónico
- 21. correo
- 22. whatsapp
- 23. juegos
- 24. televisión
- 25. metroflog
- 26. tareas
- 27. redes sociales
- 28. rincón del vago
- 29. teclado
- 30. internet
- 31. imágenes
- 32. wifi
- 33. skype
- 34. accesozac
- 35. gmail
- 36. investigación
- 37. diversión
- 38. información
- 39. mouse
- 40. amigos
- 41. impresora
- 42. chatear
- 43. mp3res
- 44. mercado libre
- 45. blog
- 46. powerpoint
- 47. mensajes
- 48. ipod
- 49. fotos
- 50. entretenimiento
- 51. yahoo respuestas
- 52. google maps
- 53. fax
- 54. ares
- 55. ipad
- 56. monitor
- 57. videollamadas
- 58. comunicación
- 59. video
- 60. películas
- 61. conocimiento
- 62. like y te publico
- 63. taringa
- 64. recetas de cocina
- 65. bocinas
- 66. buenas tareas
- 67. descargas
- 68. red
- 69. safari
- 70. ebay
- 71. word
- 72. computadora de escritorio
- 73. jugar
- 74. buscar artículos
- 75. email
- 76. telegrama
- 77. periódico
- 78. ocio
- 79. iphone
- 80. chisme
- 81. scanner
- 82. excel
- 83. mpcuatro
- 84. páginas web
- 85. el rincón del vago
- 86. mediafire
- 87. calificaciones uaz
- 88. videojuegos
- 89. periódicos
- 90. google earth
- 91. hifive
- 92. app
- 93. sonico
- 94. enciclopedias
- 95. mensajes gratis
- 96. vídeos
- 97. tiempo
- 98. consultas
- 99. uno noticias
- 100. zello
- 101. cámara
- 102. aprendizaje
- escuchar música
- 104. dropbox
- 105. trabajo
- 106. wii
- 107. avatar
- 108. cibercafé
- 109. compra y venta de artículos
- 110. en internet
- 111. flipboard
- 112. información de noticieros
- 113. investigación en internet
- 114. investigar
- 115. modernización
- 116. páginas para investigar tareas
- 117. tele
- 118. ver videos en youtube
- 119. videos en youtube
- 120. carta
- 121. audífonos
- 122. telégrafo
- 123. android
- 124. compras

En el aspecto cuantitativo el centro de interés “*Internet y tecnologías de la información y comunicación*”, mostró diferencias significativas en cuanto al número de vocablos se refiere, los jóvenes obtuvieron 228 vocablos mientras que los adultos alcanzaron 275 producciones. Sin embargo presentan coincidencia en siete de los primeros diez vocablos de la lista.

Tabla 11: Vocablos obtenidos del centro de interés tres “*Internet y tecnologías de la información y comunicación*”

Posición	Jóvenes		Adultos		General	
	Vocablos	IDL	Vocablos	IDL	Vocablos	IDL
1	<i>Facebook</i>	0.81144	<i>Facebook</i>	0.50237	<i>Facebook</i>	0.65202
2	<i>Google</i>	0.48029	Computadora	0.29449	<i>Google</i>	0.35813
3	<i>YouTube</i>	0.40231	Celular	0.25100	<i>YouTube</i>	0.33773
4	<i>Wikipedia</i>	0.38252	<i>YouTube</i>	0.24878	<i>Twitter</i>	0.27234
5	<i>Twitter</i>	0.36178	<i>Google</i>	0.22123	Celular	0.26577
6	Celular	0.27462	<i>Tablet</i>	0.19466	<i>Wikipedia</i>	0.22889
7	<i>Hotmail</i>	0.20229	Videos	0.18735	Computadora	0.22652
8	<i>Messenger</i>	0.15828	<i>Twitter</i>	0.17399	<i>Hotmail</i>	0.18376
9	Teléfono	0.15523	Noticias	0.16007	Teléfono	0.14517
10	Computadora	0.15204	<i>Hotmail</i>	0.15613	<i>Tablet</i>	0.13655

En los listados obtenidos se puede apreciar que en las posiciones de los vocablos más disponibles, los adultos alcanzaron una producción mayor al obtener 107 vocablos, mientras que los jóvenes sólo 67. Esto indica que los jóvenes cuentan con un vocabulario más compacto y definido sobre tecnologías de la información y comunicación, mientras que el de los adultos es más disperso y por ello obtuvieron una mayor producción.

Debido a que este centro de interés es el que se encuentra más estrechamente relacionado con la tecnología. Se pudo observar que las principales respuestas se enfocaron en actividades relacionadas con Internet. Sin embargo en ambas generaciones las prioridades fueron distintas.

Con base en los listados obtenidos se pudo identificar las prioridades en las que entraron los jóvenes siendo vocablos relacionados con redes sociales como *Facebook*, *YouTube*, *Twitter*, *MySpace* y *Hifive*, en seguida se enfocaron en la búsqueda de información y tareas como *Wikipedia*, *Google*, *Yahoo* respuestas y Rincón del Vago, después en aparatos electrónicos como teléfono celular, laptop, computadora y tableta, otra veta que señalaron fue el entretenimiento y diversiones como videos y juegos, finalmente también relacionan a la tecnología con los amigos.

Por su parte, los adultos señalaron entre sus principales respuestas cuestiones relacionadas con redes sociales entre las que destacaron *Facebook, YouTube y Twitter*, también aparatos electrónicos como computadora, celular, *Tablet, laptop*, teclado, *mouse* e impresora, por otra parte se centraron en la búsqueda de información, noticias y tareas, seguido del correo electrónico mediante sitios como *Hotmail y Gmail*, diversiones relacionadas con música, videos, juegos, chats y mensajería instantánea como *Messenger, Skype*, y *WhatsApp*, así como los amigos y el trabajo, por mencionar algunos.

Debido a que la tecnología ha permitido la adopción de un sinnúmero de palabras de otros idiomas, se pudo observar que ambas generaciones aportaron una cantidad considerable de extranjerismos como *Facebook, YouTube, Tablet, chat, MySpace, Skype y blogs*. Para muchos de estos términos existen alternativas en español, sin embargo por lo general no se utilizan como debe ser, algunos otros son difíciles de evitar, debido a que están preestablecidos para nombrar ciertas herramientas y recursos que se usan principalmente en Internet.

También se encontraron palabras en inglés que se han naturalizado a través de derivados como por ejemplo chatear u oraciones que cuentan con una combinación de palabras en español y en inglés como por ejemplo “*like* y *te público*”.

Desde el inicio de la aplicación y codificación de la prueba de disponibilidad léxica, se pudieron observar diferencias notables en ambas generaciones. Los jóvenes siempre se mostraron familiarizados con la temática, contestando la prueba sin hacer preguntas. Por el contrario una gran parte de los adultos se mostraron temerosos y confundidos al llegar a este centro de interés, a pesar de que se les había dado las instrucciones al inicio y se les había señalado que no debían hacer preguntas una vez iniciada la prueba, muchos se detenían y cuestionaban que es lo que debían poner en este centro, alguno aportaron muy pocos vocablos e inclusive lo dejaban en blanco.

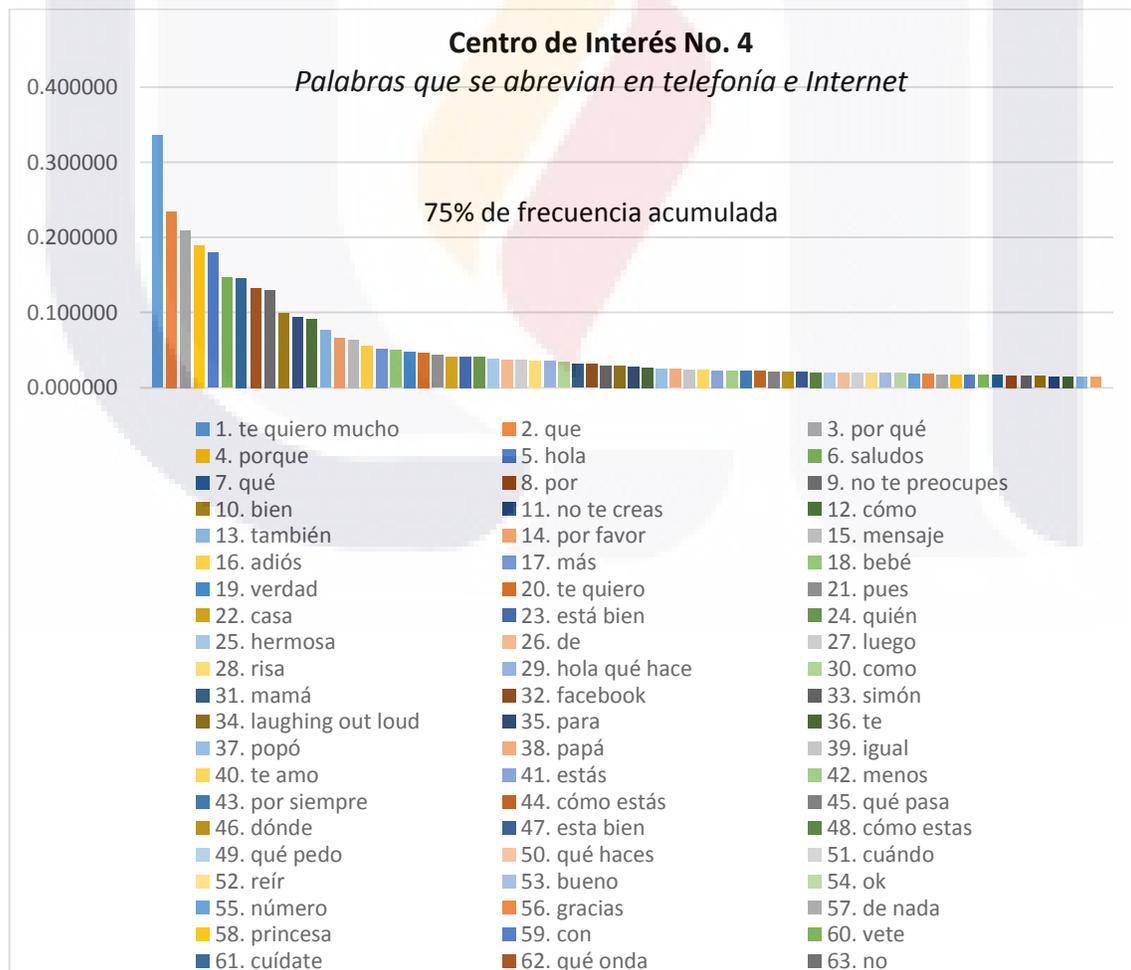
En general, a partir de los resultados obtenidos para este centro se puede corroborar una vez más que los jóvenes se apropian de la tecnología con mayor rapidez que los adultos, probablemente no nacieron y se han formado utilizando la particular “lengua digital” de juegos por ordenador, vídeo e Internet, por lo que su vocabulario en esta área es más compacto.

4.1.4. Centro de interés palabras que se abrevian en telefonía e Internet

En el centro de interés cuatro “*palabras que se abrevian en telefonía e Internet*”, produjo un total de 599 palabras, así como 223 vocablos y una densidad de disponibilidad de 2.68. Logrando alcanzar el 75 por ciento de la frecuencia acumulada en los primeros 68 vocablos.

Comparativamente se pueden apreciar diferencias notables en este centro de interés, debido a que la producción de los jóvenes fue mayor que las de los adultos, al obtener 375 palabras y 157 vocablos, adquiriendo una frecuencia acumulada de 75 por ciento en 49 vocablos. Mientras que los adultos lograron una menor producción al proporcionar 224 palabras y 120 vocablos, con una frecuencia acumulada de 49 vocablos.

Gráfica 6: Frecuencia acumulada del centro de interés cuatro “*Palabras que se abrevian en telefonía e Internet*”



En este centro de interés “*palabras que se abrevian en telefonía e Internet*”, se puede apreciar como del total de vocablos producidos por generación, los jóvenes obtuvieron 27 palabras más que los adultos, así mismo comparten 6 de los primeros diez vocablos de la lista. En ambos casos los primeros 49 vocablos de la lista fueron considerados como los más disponibles.

Tabla 12: Vocablos obtenidos del centro de interés cuatro “*Palabras que se abrevian en telefonía e Internet*”

Posición	Jóvenes		Adultos		General	
	Vocablos	IDL	Vocablos	IDL	Vocablos	IDL
1	Hola	0.33301	Te quiero mucho	0.42372	Te quiero mucho	0.33572
2	Que	0.32514	Saludos	0.19067	Que	0.23455
3	Porque	0.22629	Por qué	0.18865	Por qué	0.20931
4	Te quiero mucho	0.21903	Porque	0.15156	Porque	0.19002
5	No te preocupes	0.21767	Qué	0.14108	Hola	0.17961
6	Por qué	0.21698	Que	0.12986	Saludos	0.14644
7	No te creas	0.16125	Por	0.11898	Qué	0.14584
8	Qué	0.15207	Por favor	0.09631	Por	0.13252
9	Bien	0.13616	Más	0.09604	No te preocupes	0.13043
10	Por	0.12820	Casa	0.07192	Bien	0.09993

Los resultados de este centro de interés, permitieron identificar los principales vocablos utilizados en ciberlenguaje. A diferencia de los centros anteriores, donde se aprecia que los informantes señalaron entre sus respuestas algunos de los elementos que conforman una oración, entre las que destacan artículos como “los, la, un”, así como preposiciones “por, con, de, para,” y algunos lexemas como “con, como, para, y, que”.

Otra de las características de este centro fue el uso de extranjerismos, ambas generación arrojaron entre sus respuestas vocablos en ingles que son utilizados dentro del ciberlenguaje, como por ejemplo WTF “*what the fuck*”, BFF “*Best Friends Forever*”, FB “*Facebook*”, entre otros.

Al igual que en el centro anterior, desde el inicio de la aplicación de la prueba se observaron diferencias marcadas entre generaciones, los jóvenes en todo momento se

mostraron familiarizados con el tema propuesto, mientras que los adultos nuevamente se mostraron confundidos, algunos señalaban que no conocían ni utilizaban ese tipo de escritura por lo que dejaban en blanco el centro de interés o aportaban sólo un par de vocablos.

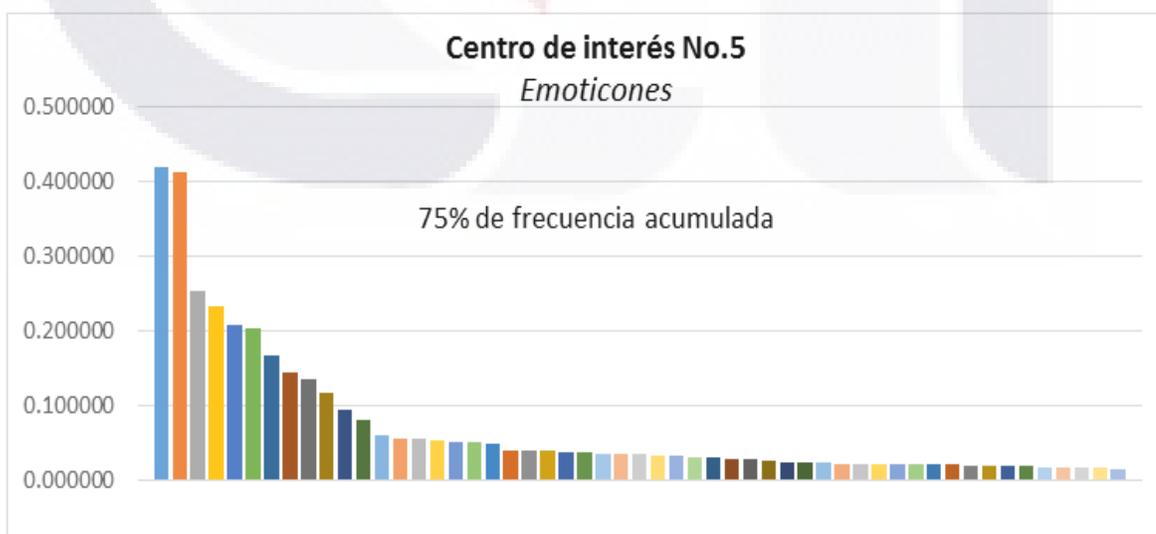
Con base en lo anterior, se puede considerar que a pesar de que en ambas generaciones el número de los vocablos disponibles fue el mismo. Los resultados permitieron apreciar como los jóvenes utilizan de manera cotidiana el ciberlenguaje, mientras que los adultos mostraron distintas posturas en las que se pudo identificar que no todos lo emplean e inclusive algunos no lo conocen.

4.1.5. Centro de interés emoticones

En el centro de interés cinco “*emoticones*”, la producción total de palabras fue de 436, de las cuales 233 eran vocablos, por lo que su densidad de disponibilidad es de 1.87 y una frecuencia acumulada del 75 por ciento en los primeros 53 vocablos.

En contraste los jóvenes obtuvieron un total de 436 palabras y 149 vocablos, con una frecuencia acumulada del 75 por ciento en 39 vocablos. Mientras que los adultos obtuvieron 257 palabras y 117 vocablos, con una frecuencia acumulada del 75 por ciento en los 36 primeros vocablos de la lista.

Gráfica 7: Frecuencia acumulada del centro de interés cinco “Emoticones”



- 1. triste
- 2. feliz
- 3. sonrisa
- 4. corazón
- 5. enojado
- 6. carita feliz
- 7. llorar
- 8. carita triste
- 9. beso
- 10. alegre
- 11. sorprendido
- 12. serio
- 13. pena
- 14. lengua
- 15. amor
- 16. contento
- 17. risa
- 18. guiño
- 19. sacar la lengua
- 20. carita llorando
- 21. bien
- 22. confundido
- 23. carita enojada
- 24. molesto
- 25. muy feliz
- 26. popó
- 27. corazón roto
- 28. pene
- 29. gatito
- 30. flores
- 31. dedo
- 32. sonrojado
- 33. manita
- 34. asustado
- 35. carcajada
- 36. sonriendo
- 37. diablito
- 38. pastel
- 39. chiveado
- 40. like
- 41. abrazo
- 42. flor
- 43. carita sacando la lengua
- 44. asombrado
- 45. sacar lengua
- 46. regalo
- 47. metal
- 48. mandar beso
- 49. grosería
- 50. lentes
- 51. cerveza
- 52. tristeza
- 53. angustiado

Los vocablos obtenidos en el centro de interés “*emoticones*”, mostró cambios significativos en ambas generaciones, se puede observar que los jóvenes en general obtuvieron 32 vocablos más que los adultos, sin embargo tuvieron una producción similar en el número de vocablos más disponibles.

Tabla 13: Vocablos obtenidos del centro de interés cinco “Emoticones”

Posición	Jóvenes		Adultos		General	
	Vocablos	IDL	Vocablos	IDL	Vocablos	IDL
1	Triste	0.56164	Carita feliz	0.36875	Triste	0.42000
2	Feliz	0.56076	Triste	0.29156	Feliz	0.41292
3	Sonrisa	0.42813	Feliz	0.28416	Sonrisa	0.25374
4	Corazón	0.34104	Carita triste	0.25758	Corazón	0.23339
5	Llorar	0.24187	Enojado	0.21652	Enojado	0.20748
6	Enojado	0.20000	Corazón	0.13124	Carita feliz	0.20457
7	Beso	0.17689	Llorar	0.09764	Llorar	0.16822
8	Alegre	0.17427	Beso	0.09330	Carita triste	0.14508
9	Serio	0.14441	Sonrisa	0.09124	Beso	0.13581
10	Sorprendido	0.13104	Carita llorando	0.07613	Alegre	0.11757

Este centro presenta un nivel de coincidencia en 7 de los 10 primeros vocablos. Se puede observar que ambas generaciones nombraron de formas distintas a los *emoticones*, lo que marcó una gran diferencia en sus respuestas, por ejemplo los jóvenes por lo regular anotaban el significado del *emoticon* como feliz, triste y llorar, por el contrario los

adultos los redactaban como carita feliz, carita tiste y carita llorando. Así mismo en ambas generaciones se detectó el uso de algunos extranjerismos como *nice like, happy, wow, y I love*.

Otra diferencia que se dio durante el registro fue el uso códigos, debido a que cuando realizaron la prueba se les solicitó que anotaran la palabra y/o el código⁵⁷ que representaba a cada emoticón. Los jóvenes por lo regular escribían primero el código “:)” seguido de su significado “feliz”, mientras que los adultos por lo regular sólo anotaban el significado “carita feliz”, pocos también agregaban el código e inclusive algunos dibujaban el *emotición* señalando que ellos no sabían escribir los códigos.

Los resultados de los centros de interés “*palabras que se abrevian en telefonía e Internet*” y “*Emoticones*” permitieron definir un vocabulario amplio sobre las principales palabras utilizadas en el ciberlenguaje, considerando que cada informante pudo anotarlas de una forma distinta de acuerdo a su propia creatividad.

En ambos casos, las diferencias entre generaciones fueron similares. Debido a que los jóvenes produjeron mayor número de palabras en ambos centros, sintiéndose familiarizados en todo momento con la temática, mientras que los adultos mostraban nerviosismo y hasta desconocimiento.

Por lo tanto, es evidente que el ciberlenguaje y los emoticones como parte del mismo, son utilizados principalmente entre los jóvenes ya sea como fenómeno de moda, jerga o forma de escritura que les permite comunicarse fácilmente y de manera divertida. Por su parte, se puede observar que los adultos mostraron distintas perspectivas conforme a su uso, identificando en primer lugar los que utilizan con frecuencia este lenguaje, los que lo utilizan poco y aquellos que no lo conocen o no lo usan.

Finalmente, se puede deducir que durante todo el recorrido, se observaron cambios significativos entre generaciones. Desde el principio que se aplicó la encuesta, los adultos respondieron sin problemas los dos primeros centros de interés, sin embargo les fue más complicado contestar aquellos centros relacionados con las tecnologías y el ciberlenguaje. En este sentido sin que se les cuestionara, algunos señalaron que utilizaban la computadora e Internet principalmente para hacer tareas con los hijos, comunicarse

⁵⁷ Estos símbolos son creados utilizando los signos de puntuación, el alfabeto y los números en diversas combinaciones.

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

con sus familiares y para trabajar, como tratando de justificar el por qué no sabían que contestar.

Los adultos han tenido que adaptar sus vidas a la tecnología, tratando de conservar siempre una cierta conexión con el pasado, resistiéndose frecuentemente a utilizar estos medios, revelando inseguridad o falta de hábito. Por lo tanto, es habitual que se comunican de forma diferente con las generaciones más jóvenes, debido a que se ven obligados a aprender nuevos códigos que no conocen, ni dominan como los utilizados en el lenguaje.

En contra parte, los jóvenes siempre se mostraron familiarizados con los temas propuestos, en general no realizaron preguntas durante la prueba, desde el principio se mostraron relajados, conforme se avanzaba en cada centro de interés su seguridad era evidente. Este dominio que mostraron sobre el tema, se fue fortaleciendo con los resultados obtenidos, donde por lo regular llevaron la delantera. Los jóvenes crecieron utilizando medios digitales de comunicación, están acostumbrados a estar rodeados de ordenadores, videojuegos, música digital, telefonía móvil y otros entretenimientos y herramientas afines, que les permiten tener una habilidad innata en el ciberlenguaje y el entorno digital.

De forma global, se puede observar que los jóvenes se apropian y utilizan con mayor frecuencia el ciberlenguaje y las tecnologías de la información y comunicación en su vida cotidiana, debido a que obtuvieron mayor número de vocablos en los centros de interés "*los muebles de la casa, aparatos electrónicos y electrodomésticos*", "*palabras que se abrevian en telefonía e Internet*" y "*emoticones*", de los cuales, dos tienen una estrecha relación con el ciberlenguaje. Así mismo, se puede observar que aun y cuando no alcanzaron un porcentaje mayor en los centros que están estrechamente relacionados con la tecnología, sus respuestas estaban enfocadas principalmente a este el tema.

Por su parte los adultos alcanzaron una posición mayor en los centros de interés, "*entretenimiento, juegos y diversiones*", e "*Internet y tecnologías de la información y comunicación*", sin embargo en sus respuestas se pudo observar que no relacionaban principalmente con la tecnología que fue el objetivo por el que se seleccionaron estos centros.

4.2 Apropiación del ciberlenguaje de jóvenes y adultos

Parte del objetivo de la investigación se tornó en identificar las principales características del ciberlenguaje que utilizan jóvenes y adultos para comunicarse en los mensajes cortos de telefonía móvil, la red social *Facebook* y el correo electrónico, así como describir el tipo de prácticas mediáticas y el sentido que adquieren el empleo del ciberlenguaje, además de los elementos que intervienen para establecer una identidad, estos aspectos se complementaron para profundizar sobre la apropiación que ambos grupos de edad hacen del ciberlenguaje.

Para el análisis de los mensajes cortos de telefonía móvil, se realizó observación principalmente en los mensajes enviados y algunos de los recibidos, en relación al correo electrónico, el análisis se efectuó prioritariamente en los mensajes enviados y después en los recibidos. En la red social *Facebook*, se analizaron tres aspectos: 1. Las publicaciones en el muro, 2. Las actividades recientes y 3. Los mensajes instantáneos o *inbox*. Los resultados del análisis narrativo se presentan en tres apartados que se construyen a partir de los elementos teóricos, complementándose con lo observado.

La opinión de los informantes respecto al uso del ciberlenguaje, fue fundamental para tener un panorama de este fenómeno, ayudando a comprender con mayor claridad los datos observados en los tres soportes seleccionados. Los jóvenes señalaron varias posturas con respecto al ciberlenguaje, un bajo porcentaje de encuestados mostró indiferencia hacia esta forma de escritura, señalaron que les da lo mismo si las personas escriben usando ciberlenguaje o no, fundamentando que cada quien puede escribir de la forma que quiera:

Me da igual, pues cada persona puede escribir como quiera, cada persona es libre de hacerlo (JH29).

Algunos lo consideran como algo común que toda la gente utiliza, debido a que es un fenómeno de moda que representa uno de los muchos modismos existentes que se emplean comúnmente en las redes sociales. Para otros el ciberlenguaje es una forma de comunicación para expresarse, que ayuda a desarrollar y abrir más la mente, que permite acortar las palabras y ahorrar un poco de tiempo al escribir haciéndolo divertido, práctico y fácil de entender.

En contraste surgieron posturas opuestas que describen a este lenguaje como algo malo e inadecuado que quita cultura, te hace conformista y entorpece la mente. Que además resulta un poco complicado de entender debido al uso inadecuado de la escritura, donde se deforman las palabras, se pierde el sentido y se distorsiona todo el mensaje de una oración. Del mismo modo lo relacionan con el uso correcto del idioma, señalando que el ciberlenguaje no es adecuado porque se hace mal uso del lenguaje, lo que implica que muchas personas tengan dificultades para hablar y escribir correctamente.

Que está muy mal porque destruye toda aquella relación con el español ya sea escrito o hablado (JH24).

Los informantes también manifestaron que al utilizar este tipo de escritura se cometen muchas faltas de ortografía, debido a que se utilizan palabras que están mal escritas, las cuales se van haciendo costumbre y esto implica que no sepamos escribir correctamente.

Pues que no es bueno en algunas ocasiones ya que esto contiene muchas faltas de ortografía e incluso utilizamos números entre palabras (JM2).

Los Jóvenes señalaron que utilizan el ciberlenguaje principalmente en redes sociales, en el teléfono celular a través de mensajes de texto, en cartas, en libretas y textos de la escuela, en papelitos con sus amigos, en fiestas y fuera de la casa.

Con respecto al uso de emoticones la mayoría de los jóvenes señalaron que los usan con frecuencia en conversaciones con los amigos, principalmente en redes sociales y en mensajes de texto, indicaron que estos les permiten expresar emociones, sentimientos y estados de ánimo, en sus publicaciones, haciendo énfasis en las oraciones.

Para hacer las expresiones que serían como mías, que sepan que estoy contento o según mi estado de ánimo (JH29).

Expresar alguna emoción o reacción, utilizo para hacer énfasis en las oraciones (JH40).

Revelaron que utilizan emoticones dentro de sus conversaciones cuando saludan y se despiden, también para demostrar efectos del rostro o hacer gestos y de esta forma las conversaciones sean más divertidas.

Por su parte los adultos señalaron que hacen poco uso de ciberlenguaje en sus conversaciones electrónicas, que cuando lo utilizan es regularmente por Internet en redes sociales, en mensajes de texto, en el celular y recados personales.

No lo utilizo porque aún se me hace muy difícil comprenderlo, raro es el mensaje que le entiendo (AM19).

Con frecuencia los adultos relacionaron el ciberlenguaje con los jóvenes, señalan que estas formas de escritura son lenguajes que ellos utilizan de una forma secreta con sus amigos para que los padres no puedan darse cuenta de lo que están escribiendo.

Para los jóvenes es una forma muy práctica para escribir un mensaje, pero en realidad hasta la forma correcta de escribir están olvidando (AM02).

Que están deformando el lenguaje y creo que la juventud lo usa como especie de códigos para no dar información a los adultos (AH36).

Algunos señalaron que es una forma divertida e interesante para expresarse que se ha convertido en una necesidad para poder integrarse a la vida actual, que tiene la ventaja de reducir espacios o palabras que te permiten ahorrar costos y tiempo haciendo rentable su uso. Otros opinan que es una moda o forma de comunicación que actualmente se usa con frecuencia, donde las personas se acostumbran a comunicarse de acuerdo a un patrón en cual los usuarios se identifican comúnmente.

Pues viene con la moda de todo lo relacionado a las redes sociales que actualmente utilizan los jóvenes, todo con moderación está bien, pues todo esto es creado para nuestro beneficio, siempre y cuando lo sepamos manejar con responsabilidad. (AH21)

En contra parte, los adultos manifestaron que no es de su agrado cuando las personas escriben utilizando ciberlenguaje, debido a que cuesta trabajo entenderlo por los distintos modos que cada individuo usa para escribir.

No me agarrada mucho cuando escriben, por ejemplo que cambian las letras por números, pero los emoticones si me gustan (AM04).

Que es un trabalenguas que nada más los que lo mandan lo entienden (AH34).

Con respecto a la ortografía los adultos opinan que el ciberlenguaje impide que se escriba correctamente, haciendo mal uso del idioma y deteriorando la ortografía.

Deteriora bastante que las personas pierdan el buen uso de la ortografía y una buena comunicación (AM08)

Finalmente los adultos señalaron que utilizan los emoticones en sus conversaciones electrónicas, para contestar más rápido sin escribir, para hacer énfasis en lo escrito, expresar estados de ánimo y sentimientos de alegría, tristeza, felicidad, enojo, asombro, para bromear con las personas, y también cuando saludan o se despiden.

4.2.1 Características del ciberlenguaje

Analizar los tres soportes seleccionados permitieron categorizar las principales características del ciberlenguaje que utilizan jóvenes y adultos en sus conversaciones y publicaciones, para ello se empleó la siguiente matriz de análisis:

Tabla 14: Matriz de análisis características del ciberlenguaje

Concepto	Categorías
Ciberlenguaje	Repetición
	Combinación de mayúsculas y minúsculas
	Contracción
	Extranjerismos
	Ortografía
	Emoticones

Después de analizar la información proporcionada por los informantes, se pudo observar como en general el uso del ciberlenguaje es frecuente en la mayoría de las actividades que se realizan en la red. Sin embargo, los resultados mostraron diferencias significativas que marcaron la pauta para definir las particularidades encontradas en cada soporte seleccionado.

Se observó que los informantes jóvenes fueron quienes lo utilizan con mayor frecuencia, su uso era evidente en casi todas las actividades que realizan, el 90 por ciento de sus publicaciones y conversaciones existe alteración en el lenguaje escrito, mientras que en los adultos el uso fue menor, se estima que lo utilizan en un 50 por ciento de sus publicaciones y conversaciones, la transformación en las palabras no es tan frecuente como en el caso de los jóvenes.

Era común que los informantes jóvenes utilizaran en sus conversaciones y publicaciones más de una de las categoría que construyen el ciberlenguaje, es decir, había

frases en las que al mismo tiempo empelaban, el uso desmedido de letras, signos y símbolos, así como la combinación de mayúsculas y minúsculas, contracciones de palabras, emoticones y extranjerismo entre el texto. Este tipo de acciones se está haciendo convencional entre los jóvenes, la mayoría de las modificaciones que realizan al lenguaje escrito son con la intención de expresar emociones y sentimientos.

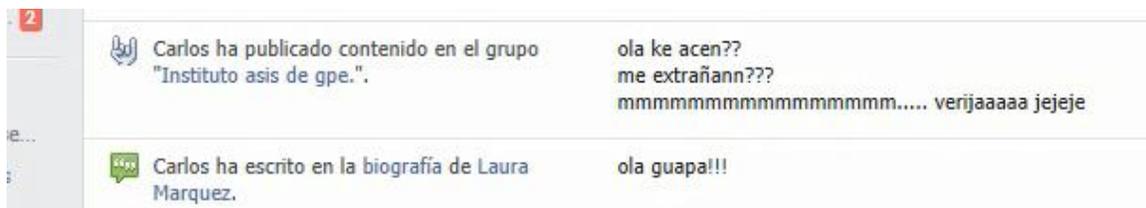
En general, se observó que los adultos no utilizan con frecuencia el ciberlenguaje, algunos señalaron que les resulta complicado escribir de esa forma porque ignoran como deben hacerlo. Ellos utilizan con frecuencia sólo tres aspectos del ciberlenguaje: el aumento o repetición de letras, signos y símbolos, la combinación de mayúsculas y minúsculas, así como el uso de emoticones.

A continuación se describen las principales características encontradas en las publicaciones, correos y mensajes enviados por los informantes (jóvenes y adultos) en los tres soportes seleccionaos: los mensajes de texto, la red social *Facebook* y el correo electrónico.

Repetición de letras. se refiere básicamente al uso desmedido que se hace de las letras, signos o símbolos en la escritura, por ejemplo repetir una o varias letras, dentro de una palabra de forma continua al igual que signos o símbolos, por lo general está duplicación de letras se da en la primer vocal y en la última letra de una palabra. Sin embargo, se pudo observar la misma característica en varias palabras dentro de una misma frase, debido a que no existe un reglamento para su uso y por ello, el aumento lo realiza cada quien de forma indistinta.

<input type="checkbox"/>	Iliana Sanchez; carloschivade...	FW: q than zexii erzzzz jaja??? xd io muxothe	13/05/2011
<input type="checkbox"/>	nto.ag@hotmail.com; yureni...	FW: qe tipO d bzO kiiieRez!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!	06/05/2011
<input type="checkbox"/>	carloschivadecorason@hot...	FW: Gimnasia cerebral	06/05/2011

Tras analizar los textos se determinó que el aumento de letras o signos, lo utilizan principalmente para hacer énfasis en alguna parte de la oración, tratando de manifestar emotividad en el texto, proyectando así rasgos fonológicos en la escritura que les permiten simular un acercamiento a lo que sería una comunicación cara a cara.



Se pudo percibir que esta característica la utilizan dentro de sus publicaciones y mensajes ambos grupos de edad. Entre las principales distorsiones que fueron perceptibles se encuentran el aumento de letras de una palabra, repetición de signos de admiración e interrogación al final de una palabra, así como la puntuación, otro de los aspectos localizados fue la repetición desmedida de emoticones al final de una frase o palabra, el aumento de letras o signos está orientado en hacer énfasis en las publicaciones o resaltar una parte del texto que considere importante.

Combinación de mayúsculas y minúsculas. Se localizó la combinación de letras mayúsculas y minúsculas dentro de una palabra sin un orden específico, así como la combinación de palabras escritas anotando unas en minúsculas y otras en mayúsculas dentro de una misma frase o párrafo. Esta característica tiene la particularidad de enfatizar una parte del mensaje o palabra, también lo utilizan como una forma creativa de publicar o enviar un mensaje.

El uso de mayúsculas en un texto ha sido considerado como una forma de resaltar una parte de la oración que es importante. En el entorno virtual la utilización de mayúsculas en un mensaje puede ser entendido como una forma ofensiva de dirigirse al destinatario, como si se tratara de gritarle al mismo, por lo que algunos interlocutores pueden sentirse agredidos al recibir frases escritas en mayúsculas. Este tipo de reglas no están establecidas por algún organismo, sin embargo son bien conocidas por los jóvenes quienes suelen utilizarlas ocasionalmente con toda intención o simplemente porque les parece divertido.



En la siguiente imagen se puede apreciar como los jóvenes con regularidad realizan publicaciones utilizando combinación de mayúsculas y minúsculas dentro del texto, la intención es por una parte hacer énfasis en las palabras que consideran de mayor importancia y por otro lado, tratan de que el mensaje sea creativo y luzca diferente dándole un toque único.



La combinación de mayúsculas y minúsculas dentro de una frase, fue una de las características que con frecuencia utilizan los adultos dentro de sus publicaciones hechas en *Facebook*, por lo general la intención es resaltar una parte del texto para transmitir emotividad.



Fue común encontrar este tipo de práctica en las publicaciones hechas en *Facebook*, también esta característica se pudo percibir dentro del correo electrónico, principalmente la utilizan en los títulos de los correo (asunto) y al final del texto (en la despedida), sin embargo en las conversaciones privadas o *inbox* y los mensajes de texto enviados por telefonía móvil, su uso fue escaso.

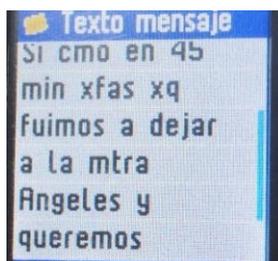


Contracción. Una de las características más representativas del ciberlenguaje es la contracción, su particularidad es omitir letras dentro de una palabra, tratando de hacerlas lo más cortas posibles con la intención de que las palabras sean más fáciles y rápidas de escribir. Se puede observar que se suprimen las vocales aprovechando el sonido entero de las consonantes, utilizan abreviaturas y siglas, así como la combinación de letras, números y símbolos aprovechando su significado o su sonido, por otra parte sustituyen sistemáticamente letras y hasta abrevian frases completas.

El ciberlenguaje tiene su propia grafémica independientemente de la lengua de que se trate, es por eso que se aceptan las palabras si están acortadas, reducidas o resumidas lo más posible, aprovechando el sonido de las letras. Es decir, se dan transformaciones fonéticas debido a que se suelen omitir letras dentro de las palabras aprovechando el sonido de la letra que le antecede. Por ejemplo dentro de la palabra “beso” se omite la letra “e” y se aprovecha el sonido que tiene la “b” como nombre de letra /be/ y únicamente se escribe “bso”.



Se observó que el uso de la contracción es una práctica común en los jóvenes que participaron en la investigación, fue frecuente encontrarla en los mensajes privados y publicaciones de *Facebook*, así como en los mensajes de texto del teléfono móvil, en este último muchas veces lo utilizan con la intención de ahorrar espacio y costos debido a que este tipo de mensajes cuentan con un límite de 160 caracteres por mensaje.



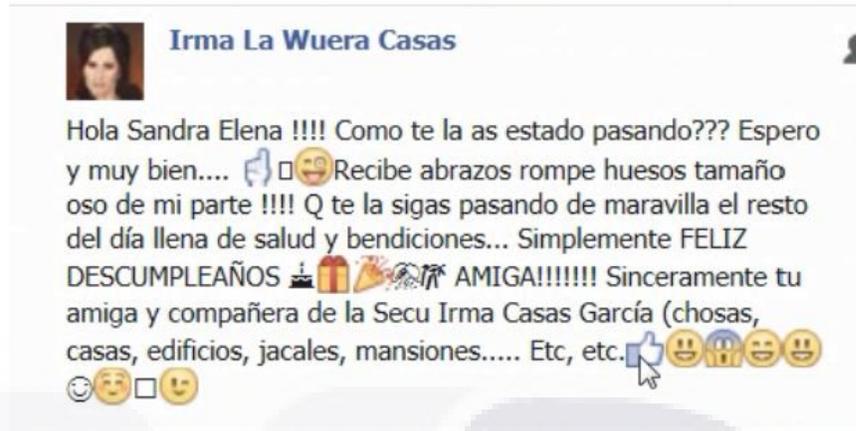
Como se observa en la imagen anterior, hay rasgos muy distintivos de contracción por ejemplo contraen la palabra “porque” y la sustituyen por “xq”, la intención es aprovechar el sonido de “x” como signo “por” y el de la “q” como “que”, de esta forma ahorran espacio y tiempo al escribir.

Extranjerismos. Esta categoría está integrada por el uso de palabras o expresiones lingüísticas que los usuarios toman de otras lenguas y las combinan con el idioma español, las personas suelen utilizar palabras o frases completas dentro del texto, en algunos casos mantienen la forma de escritura original y en otros son modificadas a través del ciberlenguaje. Por lo regular, insertan dentro de una frase palabras y construcciones procedentes del inglés, se observó que esta práctica es frecuente entre los jóvenes, mientras que en los adultos no se encontraron rastros de su uso.



Ortografía. En general en el ciberlenguaje no se respetan las reglas ortográficas. Sin embargo, se puede observar que combinan el uso correcto de las reglas ortográficas con características distintivas del ciberlenguaje, los rasgos más evidentes son la combinación de mayúsculas y minúsculas, la omisión de los acentos y de signos de admiración e interrogación al inicio de una frase, es decir únicamente utilizan el signo al final.

Por lo regular los jóvenes no tiene el cuidado de respetar las reglas ortográficas, ni de escribir correctamente, para ellos el ciberlenguaje es una jerga que les permite diferenciarse y estar a la moda. Mientras que los adultos tratan de escribir de forma correcta aun y cuando su ortografía no sea buena, sin embargo, también utilizan rasgos distintivos del ciberlenguaje como el aumento de signos de interrogación y admiración, así como la omisión de los signos del inicio de una frase.



Emoticones. Un aspecto distintivo del ciberlenguaje son los emoticones, estos representan una secuencia de caracteres que combina letras, signos y símbolos para formar figuras por medio del teclado, los utilizan en combinación con la escritura. Estas expresiones gráficas pueden representar significados muy diversos, conformando en su conjunto una terminología informal que es frecuentemente relacionada con las emociones y sentimientos.

Ocasionalmente son utilizados para remplazar palabras, que pueden transmitir un mismo significado pero en un espacio más pequeño, por ejemplo resulta más fácil anotar el código “<3” que escribir la palabra “corazón” o simplemente insertar la imagen “♥”. Una de ventaja al utilizarlos, es que la mayoría de ellos se han vuelto universales en todos los soportes y pueden ser utilizados sin importar el idioma que se hable. Hoy en día existe una infinidad de emoticones que pueden ser utilizados en distintos medios digitales, ya sea a través de la secuencia clásica de caracteres o de manera automática mediante la inserción de imágenes predeterminadas.



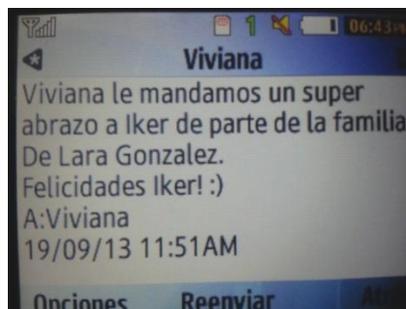
Los jóvenes utilizan emoticones en la mayoría de sus publicaciones y conversaciones, con frecuencia combinan emoticones creados mediante una secuencia de caracteres, con los que aparecen de manera automática mediante imágenes predeterminadas.



Se observó que los adultos utilizan los emoticones principalmente en la red social Facebook dentro de sus publicaciones y conversaciones privadas, por lo regular los colocan al final de una frase, con frecuencia los utilizan en conversaciones con personas cercanas, con el objetivo de mostrar emociones y sentimientos de afecto, alegría, tristeza y enojo.



El envío de emoticones también fue frecuente en los mensajes de texto, por lo regular utilizan una combinación de signos y símbolos que permiten crearlos de forma fácil y rápida, nuevamente se puede observar que su uso se debe a expresiones relacionadas con las emociones y sentimientos.



Haciendo un balance general, se puede concluir que los jóvenes utilizan la red social *Facebook* como el principal medio de socialización para interactuar con sus amigos, mediante conversaciones privadas y publicaciones en su muro en las que incluyen estados de ánimo, imágenes, links y videos, haciendo uso constante de ciberlenguaje, las principales modificaciones encontradas fueron:

Suprimen las vocales en las palabras más comunes por ejemplo, Dnd stas, así mismo desapareen o eliminan la primer letra de una palabra, aprovechan el sonido entero de las consonantes y eliminan la palabra que prosigue, ejemplo t (te), m (me), k (ka). Hacen sustitución de letras por ejemplo ksa, abrevian palabras MG (me gusta) y utilizan signos y número matemático ya sea por su significado o por su sonido, ejemplo x (por), + (más), Salud2 (Saludos). El uso de emoticones fue constante, por lo general los utilizan en sus publicaciones al final de una frase, haciendo uso de dos tipos de emoticones, los que construyen con el teclado mediante símbolos y signos, y los predeterminados de imágenes.

El correo electrónico, representó el soporte en el cual se utiliza con menor frecuencia el ciberlenguaje, las principales características encontradas fueron: la repetición de letras y signos, y el uso de mayúsculas y minúsculas para resaltar alguna parte importante del texto. Se observó que no usan con frecuencia el correo electrónico, por lo general sus mensajes son breves, los jóvenes señalaron que hacen poco uso del correo, porque desde *Facebook* pueden comunicarse con la mayoría de las personas y enviar información sin necesidad de utilizar este medio.

En relación a los mensajes cortos enviados por telefonía móvil, se observó que la mayoría de los informantes utilizan esporádicamente este medio de comunicación, sin embargo si existía uso frecuente de ciberlenguaje, las principales características registradas fueron: la contracción de palabras en donde aprovechan el sonido entero de las letras, el aumento de letras, signos y símbolos, así como el uso de emoticones que les permiten transmitir emociones y sentimientos.

Por su parte, los adultos, utilizan la red social *Facebook* para socializar principalmente con familiares y amigos muy cercanos, por lo general en sus publicaciones no incluían rasgos distintivos del ciberlenguaje, ocasionalmente lo utilizaban en los comentarios que hacen a las publicaciones y en los mensajes privados sólo con personas muy

cercanas, las principales características que utilizaban eran el uso la combinación de mayúsculas y minúsculas, la repetición de letras y signos así como el uso de emoticones al final de una frase.

En el correo electrónico se registró poco uso de ciberlenguaje, las características más frecuentes fueron el aumento de letras, así como signos de admiración y puntuación, los adultos utilizaban el correo por lo general para enviar y recibir información relacionada con cuestiones laborales y la mayoría de los mensajes enviados y recibidos estaban escritos de forma correcta y concisa.

En relación al teléfono móvil, la mayoría de los adultos encuestados señalaron que utilizan el celular principalmente para hacer llamadas y esporádicamente mandar mensajes de texto. Sin embargo, si se detectó el uso de ciberlenguaje tanto en los mensajes que envían como en los que reciben, las principales características que utilizan son: la contracción, el cambio de letras o palabras por números signos y símbolos, el aumento de letras y signos de puntuación y admiración. Los adultos por lo regular hacen uso de los emoticones pero en imágenes es decir utilizan los predeterminados que tiene el celular, algunos señalaron que ellos no saben escribir los códigos para que aparezcan los emoticones.

4.2.2 Prácticas mediáticas en las utilizan ciberlenguaje

Para identificar la apropiación del ciberlenguaje de acuerdo a las prácticas mediáticas que realizan los jóvenes y adultos en los soportes seleccionados, se determinó retomar la clasificación de categorías generadas por Padilla en el 2013, que fueron creadas a partir de las prácticas que realizan los jóvenes en Internet⁵⁸. El análisis se realizó a partir de las siguientes categorías:

Tabla 15: Matriz de análisis de las prácticas mediáticas

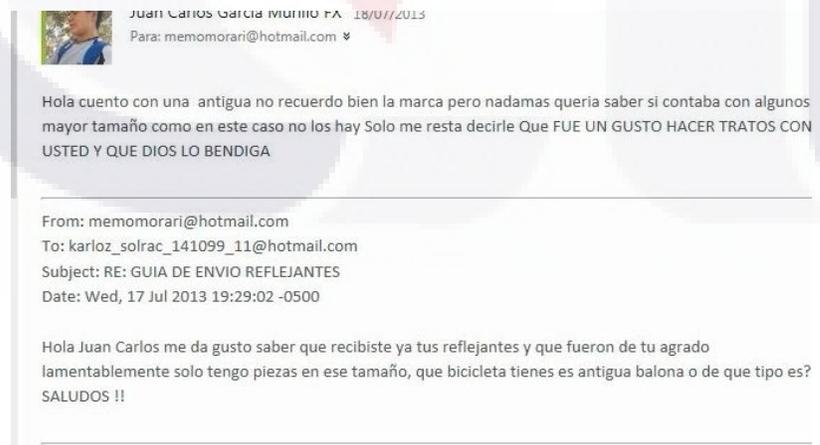
Concepto	Categorías
Prácticas Mediáticas	Comerciales
	De Entretenimiento
	De información para usos personales y técnicos
	Información sobre lo público

⁵⁸ La investigación sobre las prácticas que llevan a cabo los jóvenes en Internet, se realizó en año 2013, por la Dra. María Rebeca Padilla de la Torre de la Universidad Autónoma de Aguascalientes.

Educativas/Académicas
Laborales
Lúdico-creativas
Políticas
Sociables
Trámites administrativos y/o ciudadanos

Los resultados muestran que de acuerdo a las prácticas mediáticas que realizan jóvenes y adultos en los tres soportes seleccionados, se logró identificar que no existía evidencia de uso de ciberlenguaje en las categorías “información para usos personales y recursos técnicos”, “información sobre lo público” y “tramites administrativas y/o ciudadanos”.

Prácticas comerciales. Estas prácticas están orientadas a la contratación de productos y servicios, los resultados del análisis de la información revelaron que existen escasos registros sobre de este tipo de prácticas, sólo en dos informantes se encontró registro de compras y ventas por internet, en el primero se observó que el joven utiliza el correo electrónico para hacer compras y estar contacto con los vendedores, mandar los recibos de los depósitos y preguntar sobre el estatus de sus envíos. Sin embargo no se utiliza ciberlenguaje en el texto del correo, únicamente hacen uso de la combinación de palabras escritas en minúsculas y mayúsculas, con el objetivo de resaltar la parte más importante del mensaje.



Dentro de la red social *Facebook*, es frecuente encontrar el uso de prácticas comerciales, las personas realizan publicaciones en su muro ofertando algún producto o servicio, etiquetan a sus conocidos con la intención de que sus publicaciones puedan ser

vistas por más personas y de esta forma hacerse promoción sin que esto les genere costos. Esta práctica sólo se observó en un informante adulto, sin embargo en su publicación no existía registro de ciberlenguaje.



Prácticas de entretenimiento. En relación al entretenimiento se encontraron evidencias claras del uso de ciberlenguaje en los tres soportes seleccionados. En el caso de *Facebook* se consideró que la mayoría de las actividades que realizan los informantes son de entretenimiento, entre las más comunes se encuentran las publicaciones de imágenes, libros, juegos y videos en los cuales hacen referencia a distintos rubros como el futbol, la política, la música, series de televisión, entre otros.

Se observó que los informantes publican videos musicales, donde por lo regular tratan de mostrar su estado de ánimo (alegría, tristeza, enojo) o bien para transmitir sus sentimientos hacia otras personas. Como se observa en las siguientes imágenes, los informantes por lo general en sus publicaciones escriben frases para tratar de transmitir sus emociones. Por lo regular en este tipo de publicaciones los jóvenes fueron quienes más utilizan ciberlenguaje.



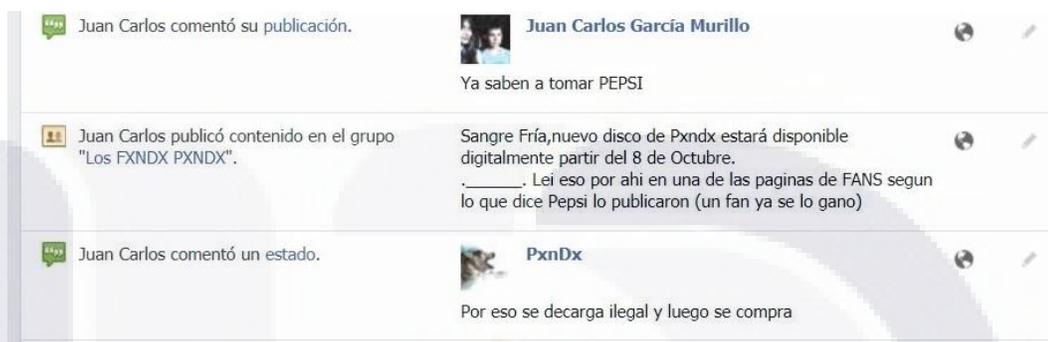
Las publicaciones de fotografías también forman parte de su entretenimiento, en ellas por lo regular etiquetan a las personas que a parecen en la fotografía y hacen descripciones sobre algún acontecimiento, además agregan recursos que les brinda la plataforma como etiquetas, ubicación, hashtag y estados de ánimos, donde por lo regular utilizan ciberlenguaje con la intención de transmitir un mensaje lo más cercano a lo que sería una conversación cara a cara.



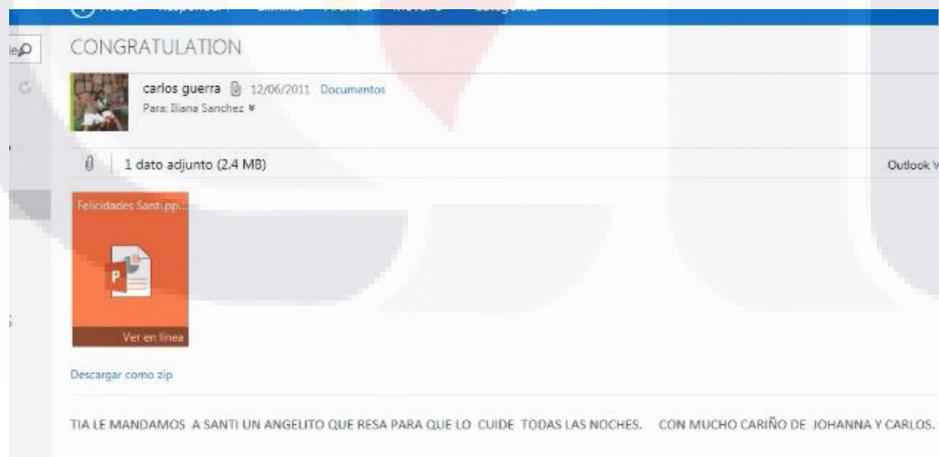
También publican imágenes que contienen mensajes de afecto, de humor, tristeza y alegría con las cuales tratan de mostrar sus sentimientos hacia otras personas. En ellas al igual que en las fotografías utilizan los recursos de la plataforma para etiquetar a las personas a quienes va dirigido el mensaje. En este tipo de imágenes es común encontrar conversaciones adjuntas, en las que las personas opinan sobre el significado de la imagen, aquí los usos del ciberlenguaje es constante, la intención es tratar de que los comentarios se asemejen a una conversación oral.



Como parte del entretenimiento en *Facebook*, los jóvenes crean o se integran a grupos de personas que comparten un interés común, como se muestra la siguiente imagen, el informante está inscrito dentro un grupo de una banda de rock, ahí publica contenidos sobre temas relacionados a la banda, tratando de enfatizar partes algunas partes del masaje con ciberlenguaje.



En el correo electrónico las principales actividades de entretenimiento fueron el envío de archivos con diapositivas o cadenas sobre algún tema en específico, que incluyen texto, imágenes y videos, así mismo, reciben información de páginas sobre entretenimiento como música, horóscopos, tarjetas virtuales, entre otros. En este tipo de prácticas el uso de ciberlenguaje fue escaso, se observó que la mayoría de los correos envían sólo información muy concreta.



En *Facebook* los adultos realizan actividades de entretenimiento a través de publicaciones de videos en los cuales hacen referencia a distintos rubros por ejemplo sobre futbol, históricos, política y música. También comparten imágenes con frases relacionadas a la familia, a la religión, al matrimonio y superación personal, así mismo, publican artícu-

los sobre de sus interés y links para realizar descargas de libros, generalmente esas publicaciones agregan textos cortos y utilizan pocos rasgos distintivos del ciberlenguaje.



Prácticas de información para usos personales y técnicos. No se encontró registro de uso por parte de los jóvenes debido a que es una actividad que se enfoca en actividades que están más relacionadas con los adultos como información, programas y aplicaciones que pueden emplearse en la vida cotidiana. Los adultos utilizan principalmente el correo electrónico para este tipo de actividades, reciben información y promociones de cursos que son de su interés y que por lo regular estén relacionados con su trabajo, sin embargo en este tipo de información es muy concreta y por lo general no se identifica uso de ciberlenguaje.

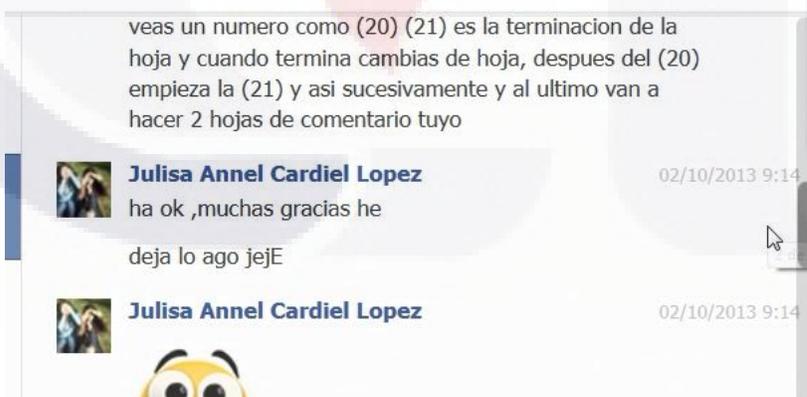


Prácticas de información sobre lo público Con respecto a información sobre lo público, no se encontraron rastros de uso por parte de los jóvenes, sin embargo, los adultos si hacen publicaciones constantes en *Facebook*, utilizan links, videos e imágenes para

difundir información sobre educación, política, eventos culturales y artículos de temas variados. Sin embargo en este tipo de publicaciones por lo regular tratan de escribir formal sin utilizar rasgos distintivos del ciberlenguaje.



Prácticas educativas/académicas. En el aspecto educativo, se observó cómo mediante el uso de *Facebook* los jóvenes consultan con sus compañeros y maestros cuestiones relacionadas con la escuela. Utilizan principalmente los mensajes privados para preguntar, tareas, fechas exámenes, horarios de clases, calificaciones, entre otros aspectos. En estas actividades si hacen uso de ciberlenguaje con sus compañeros de clase, mientras que con los maestros tratan que sus conversaciones sean más formales y concretas, escribiendo correctamente y esporádicamente incluyen algunos de los rasgos distintivos del ciberlenguaje como los emoticones.



También en la misma red social *Facebook* se identificó el uso de grupos cerrados en los que únicamente integran a sus compañeros de clase, con el objetivo de informar sobre las actividades de la escuela y de sus clases. En ellos hacen uso frecuente de ciberlenguaje debido a que una forma de interactuar entre amigos, simular sentimientos y emociones en sus publicaciones.



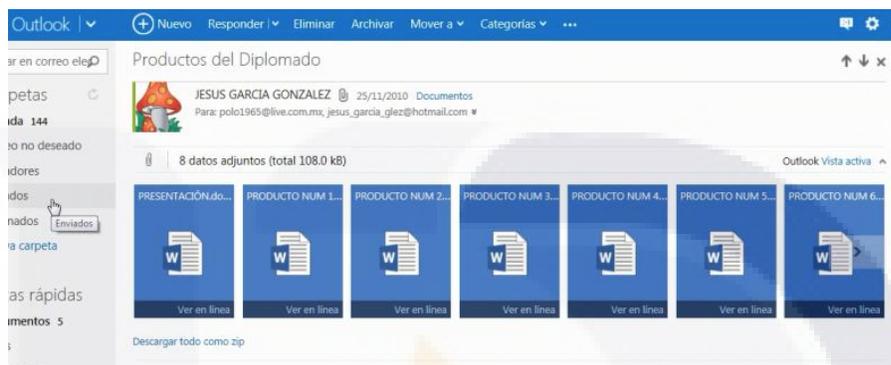
También en los adultos se encontraron rastros de prácticas relacionadas con lo educativo debido a que algunos de los informantes estaban realizando estudios profesionales, las evidencias más comunes también se dieron en *Facebook*, ellos al igual que los jóvenes, crean grupos cerrados con sus compañeros de clases, hacen publicaciones sobre libros y artículos relacionados con sus estudios así como estados de ánimo donde indican sus alegrías y frustraciones que sufren durante el proceso de estudiantes, a diferencia de los jóvenes en sus publicaciones por lo general no utilizan ciberlenguaje.



Los adultos también utilizan los mensajes privados o *inbox* para contactan a sus maestros y compañeros de clase, por este medio es común que se comuniquen para tratar asuntos de la escuela, en este espacio si fue evidente el uso de ciberlenguaje, lo que indica que al igual que los jóvenes, lo utilizan entre pares como una forma de identidad que les permite sentirse parte del mismo entorno.



El envío de correos electrónicos también fue parte de las prácticas educativas utilizadas por los informantes, ambos grupos de edades utilizan este medio principalmente para enviar y recibir archivos o tareas, comunicarse con sus maestros y compañeros de la escuela, por lo general envían mensajes muy cortos y formales que no contienen características distintivas del ciberlenguaje.



Prácticas laborales. Esta categoría está relacionada con un empleo formal o trabajo informal, en este sentido no se encontró registro por parte de los jóvenes debido a que ellos en su totalidad eran estudiantes de preparatoria. Sin embargo, esta práctica si fue común entre los adultos, se observó que hacen publicaciones en su muro solicitando empleados, también publican imágenes y videos sobre temas que afectan directamente en su empleo, hacen publicaciones a sus compañeros de trabajo sobre agradecimientos o estímulos por su buen desempeño y esporádicamente utilizan rasgos de ciberlenguaje como el aumento y los emoticones.



En el correo electrónico se observó uso constante de actividades relacionadas con asuntos laborales, los adultos lo utilizan para enviar y recibir información relacionada con su trabajo, por lo general envían archivos adjuntos y hacen una descripción breve sobre el contenido del correo, sin utilizar rasgos de ciberlenguaje.



Prácticas lúdico-creativas. Está categoría fue característica de los jóvenes, con frecuencia realizan videos, editan imágenes y fotografías, que después publican en *Facebook* además incluyen, etiquetas, su ubicación, estados de ánimo y hashtag. También aprovechan los recursos que tiene la plataforma para hacer publicaciones creativas y únicas como los *bitstrips* que les permiten crear un personaje en caricatura y hacer historietas interactivas, que por lo regular están impregnados de ciberlenguaje.



Cuando realizan sus publicaciones regularmente hacen uso creativo de signos y símbolos para hacer emoticones que reflejen sus estados de ánimo o de afecto.



Prácticas políticas. El uso de prácticas políticas únicamente se detectó en los adultos fue común encontrar publicaciones de en *Facebook* con temas relacionados al gobierno y los partidos políticos, sin embargo el uso del ciberlenguaje fue escaso.



Se observó que al hacer una publicación sobre política los adultos no utilizan rasgos distintivos del ciberlenguaje, sin embargo es común que en la parte de los comentarios se crea un debate del tema, en el que utilizan signos de ciberlenguaje con la intención de simular una conversación cara a cara.



Prácticas sociables. Las prácticas sociables son las que más utilizan los jóvenes y adultos, ellos, aprovechan los recursos tecnológicos para interactuar principalmente con sus amigos y familiares. En *Facebook* los jóvenes hacen publicaciones en las que por lo regular etiquetan a sus amigos y utilizando ciberlenguaje con la intención de expresar estados de ánimo, ellos se comunican frecuentemente mediante mensajes privados, empleando sus propios códigos que les permite expresarse como lo hicieran en una conversación frente a frente.



La red social *Facebook* también fue el principal soporte que utilizan los adultos para socializar, por lo general hacer publicaciones de fotografías de la familia, agradecimientos con texto o imágenes por festejos como cumpleaños, aniversarios, planifican reuniones con amistades y hacer comentarios, principalmente con la familia y amigos. Utilizan con frecuencia los mensajes privados para socializar, se enfocan principalmente en conversar con personas cercanas como los hijos, familiares y amigos. En este medio, es evidente el uso de ciberlenguaje en la mayoría de sus conversaciones, esto probablemente se debe a que por ser un espacio privado se sienten libres para escribir sin reglas, utilizan códigos y emoticones para conversar con personas cercanas a ellos.



Finalmente se concluye que las principales prácticas realizan los jóvenes en los tres soportes seleccionados están enfocadas al entretenimiento, ellos pasan la mayor parte del día conectados a red, utilizan múltiples dispositivos al mismo tiempo para socializar y estar en contacto con los amigos.

Por su parte, los adultos pasan pocas horas al día conectados a internet desde un sólo dispositivo, orientado sus prácticas en asuntos laborales, tareas de los hijos y para estar en contacto con la familia, algunos señalaron que no hacen uso de la tecnología con frecuencia y requieren ayuda de los hijos.

4.2.3 Ciberlenguaje como elemento de Identidad

Para identificar la apropiación que jóvenes y adultos hacen del ciberlenguaje como una forma de identidad, se retomaron algunos elementos de la “red conceptual de la identidad” que establece Gilberto Giménez (2007). Tratando de explorar el papel que tienen estos recursos digitales y el ciberlenguaje en el proceso más amplio de la construcción de la identidad. El análisis se realizó a partir de las siguientes categorías:

Tabla 16: Matriz de análisis identidad

Concepto	Categorías
Identidad	Edad
	Familia
	Género

La edad se presentó como una categoría clave para describir las diferencias en la apropiación del ciberlenguaje que utilizan jóvenes y adultos como forma de identidad, que se crea a partir de las prácticas mediáticas que se realizan en los tres soportes seleccionados. Los resultados muestran a este lenguaje escrito como un instrumento de identificación y socialización utilizado por ambos grupos de edades, pero con características distintas.

En el caso de los jóvenes se observó un uso constante de ciberlenguaje en la mayoría de las prácticas mediáticas que realizan en los tres soportes analizados, sin embargo llama la atención la afluencia que existe de este lenguaje escrito dentro de la red social *Facebook*, la cual brinda la oportunidad a sus usuarios de reforzar lazos que se crean a partir de la relación física, tomar diferentes roles, moldear su personalidad y hacer una representación virtual de lo que son.

Los jóvenes que participaron en el estudio utilizan el ciberlenguaje principalmente entre pares y con amigos de su edad, ocasionalmente lo usan con familiares y personas cercanas a ellos, emplean ciberlenguaje como un medio de comunicación que les permite socializar entre pares y diferenciarse de los adultos. Las siguientes imágenes, muestran diferencias significativas en el uso de esta variación lingüística, en la primera se observa como entre jóvenes utiliza ciberlenguaje para socializar, mientras que con los adultos (segunda imagen) se limitan a hacer uso frecuente de este tipo de prácticas.



El ciberlenguaje permite a sus participantes exponer diferentes manifestaciones de sí mismos, en los jóvenes se presenta como un elemento que utilizan para identificarse dentro de un grupo, ellos tienden a usar códigos para tratar de que sus conversaciones y publicaciones estén impregnadas de creatividad y emotividad, y al mismo tiempo construyen su propia identidad en la red que los diferencie de los mayores.

Para los adultos el uso del ciberlenguaje no representó un elemento de identificación tan fuerte, sin embargo ocasionalmente hacen uso de este lenguaje principalmente con jóvenes, familiares y personas cercanas a ellos. Las diferencias de uso las podemos observar en las imágenes siguientes, en la primera el informante adulto conversa con una persona joven y emplea algunos rasgos distintivos del ciberlenguaje, mientras que en la segunda conversación la realizada con otra persona adulta sin utilizar este tipo de escritura.



Los adultos han adaptado sus vidas al uso de la tecnología, tratando de conservar siempre una cierta conexión con el pasado, resistiéndose con frecuencia a utilizar estos medios, revelando inseguridad o desconocimiento. Es habitual que se comuniquen de forma diferente con las generaciones más jóvenes, debido a que se ven obligados a aprender una nueva lengua que no conocen y dominan, utilizando el ciberlenguaje como un elemento de identidad para tratar de estar en sintonía con los más jóvenes y con personas cercanas.

La familia es parte de la identidad de un individuo, cada familia tiene características propias que guían a sus miembros, los padres buscan mantener un vínculo con la familia y reforzar la relación afectiva con los hijos, ese reflejo lo muestran en las publicaciones que realizan.

Para los adultos los mensajes cortos de telefónica móvil, la red social *Facebook* y el correo electrónico, son medios que les ofrecen la posibilidad de tener un acercamiento con la familia que geográficamente está alejada y a su vez mantener lazos con los miembros cercanos, ellos utilizan el ciberlenguaje en sus publicaciones y conversaciones para tratar de transmitir sentimientos y emociones. Los adultos aprovechan los medios digitales de comunicación para mantener su identidad como grupo.



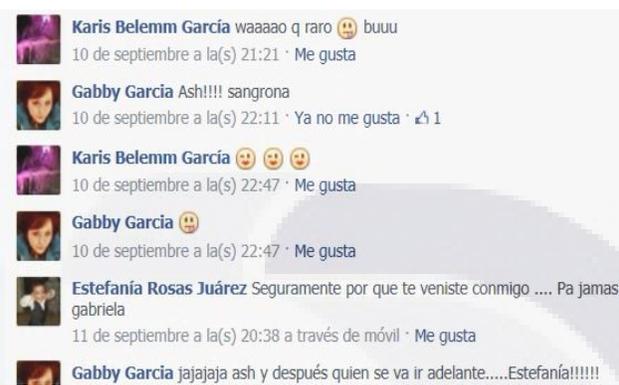
Los jóvenes buscan mantener una separación con el mundo adulto y en especial con los padres y familiares mayores, para ellos, la familia (padres, abuelos y tíos) sigue siendo parte de la categoría de adultos. Los jóvenes ven en la red un mundo de posibilidades para interactuar con los demás y al mismo tiempo tener individualidad, por lo que tratan de estar al margen de la familia, no utilizan ciberlenguaje con ellos, no realizar publicaciones en sus muros y envían mensajes sólo en ciertas ocasiones muy concretas como por ejemplo el día de su cumpleaños.



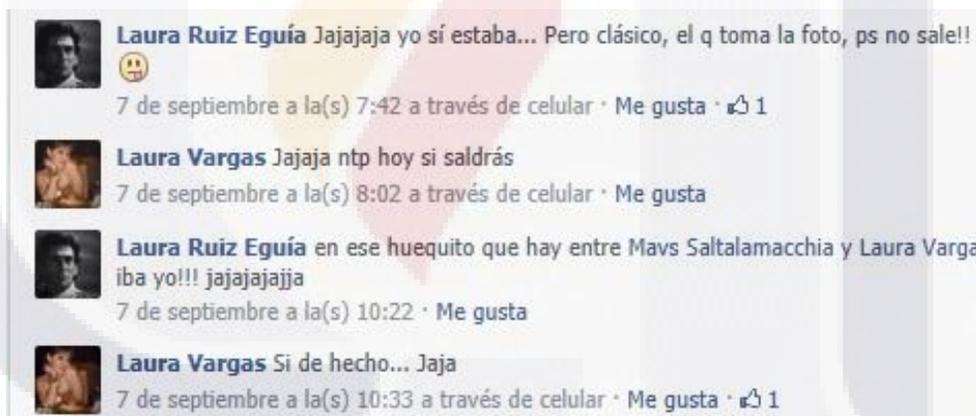
El género se presenta como una categoría analítica, integra los rasgos que caracterizan a hombres y mujeres como círculos de pertenencia a los que se adscribe durante las interacciones que realizan en momentos específicos en los que se identifica el uso del ciberlenguaje.

Una de las características que fue común observar entre mujeres es el uso constante de ciberlenguaje en sus conversaciones y publicaciones que realizan entre ellas como un círculo de pertenencia que las identifica. Fue permisible que en ambos grupos de edades de mujeres (jóvenes y adultas) utilizan rasgos distintivos del ciberlenguaje como reflejo de lo que harían en una conversación cara a cara.

En sus conversaciones y publicaciones las mujeres jóvenes por lo general utilizan todas las características del ciberlenguaje, como la contracción, empleo de mayúsculas y minúsculas, el aumento de letras, los extranjerismos y los emoticones, estos últimos los utilizan constantemente para tratar de transmitir emociones como alegría y entusiasmo.

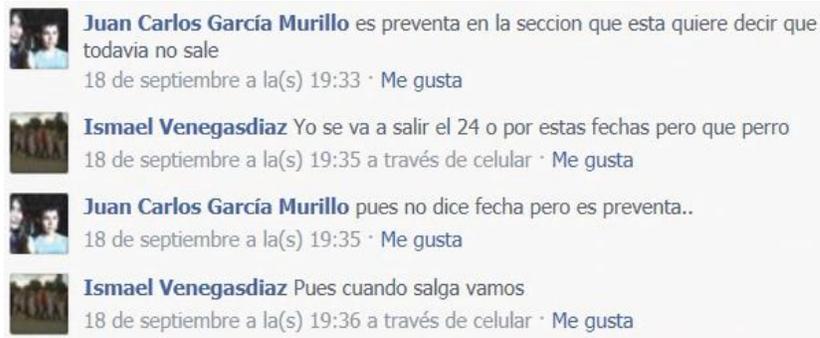


En las interacciones de las mujeres adultas, se identificaron menos rasgos de uso del ciberlenguaje, sin embargo al igual que las jóvenes, en sus textos tratan de simular emotividad como lo harían en una conversación cara a cara.



Mientras que los hombres en general se muestran más reservados en las conversaciones y publicaciones que realizan, sus comentarios son concretos y muestran menos rasgos de emotividad, al mismo tiempo fue perceptible que el uso del ciberlenguaje no es tan frecuente en sus interacciones.

Se identificó que los hombres jóvenes utilizan el ciberlenguaje en sus publicaciones y conversaciones como un elemento de identidad y pertenecía entre pares, que al mismo tiempo les permite diferenciarse de los adultos.



Los hombres adultos por lo general en sus conversaciones y publicaciones entre pares no utilizan rasgos distintivos del ciberlenguaje, tratan de ser muy concretos en sus comentarios, sin embargo cuando realizan conversaciones con mujeres si emplean algunas de las características de este lenguaje como un reflejo de cordialidad.



CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES

Como se ha venido explicado, el ciberlenguaje desarrollado en medios digitales de comunicación, se presenta como un fenómeno emergente de comunicación y socialización que conducen a la construcción de nuevas formas de relacionarse, en donde las personas buscan remplazar la ausencia física que existe, intentando escribir como si se tratara de una conversación cara a cara, a fin de representar emociones, gestos, el tono de voz y otras formas similares. Sus características han logrado que sea considerado como una forma intermedia entre la oralidad y la escritura, en el que destaca el uso innovador que deja de lado el aspecto normativo de la gramática y saca a flote la creatividad de los usuarios (Betancourt, 2010).

El trabajo recorrido hasta este momento permite realizar algunas reflexiones finales, sobre distintos aspectos abordados a lo largo de la investigación, tomado como eje rector al ciberlenguaje. La presente investigación hace un aporte al incluir en el mismo estudio dos grupos edades distintos “jóvenes y adultos”, considerando que este tipo de trabajos por lo general están enfocados en adolescentes, debido a “las competencias que tienen la mayoría de los jóvenes para incorporarse en las nuevas lógicas y lenguajes” (Padilla, 2011, p.103) y por ser los principales usuarios de los medios digitales de comunicación (AMIPCI, 2012).

Integrar un análisis comparativo completando dos grupos de personas con edades distintas, permitió obtener un panorama más amplio sobre las diferencias en la apropiación del ciberlenguaje que utilizan jóvenes y adultos, como una forma de identidad, así como sus características, las practicas mediáticas en donde lo utilizan y las diferencias que surgen entre ambos grupos.

Otro elemento importante que enriquece el estudio, fue analizar no únicamente un soporte como por lo general se ha hecho en otros estudios, sino tres soportes que fueron seleccionados con base en estadísticas (los mensajes cortos de telefonía móvil, la red social *Facebook* y el correo electrónico). Los tres soportes aportaron elementos valiosos para la investigación, sin embargo la red social *Facebook* fue el medio clave, que permitió

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

recabar la mayoría de la información, a través de fragmentos escritos en los que se hace uso del ciberlenguaje.

En el correo electrónico y los mensajes cortos de telefonía móvil mostraron escasa evidencia de rasgos distintivos del ciberlenguaje, debido a que los informantes utilizaban con poca frecuencia estos medios, no se puede afirmar que ambos soportes son obsoletos porque existe evidencia de uso. Sin embargo, se pudo constatar que las personas cada día más se identifican con las redes sociales y las aplicaciones de mensajería instantánea para teléfonos móviles de última generación, que son las que les permiten realizar múltiples actividades al mismo tiempo.

La estrategia metodológica que se utilizó para la recolección de la información es un aporte más, que puede servir a futuras investigaciones, debido a que no existía un método específico que permitiera realizar el trabajo de campo de forma sistemática, la creciente incorporación de tecnologías digitales nos ha rebasado en tal forma que los métodos en las ciencias sociales están desfasados, por lo tanto recabar la información represento varios retos.

Para la recolección de información era necesario, revisar los mensajes de texto del teléfono móvil e ingresar a las cuentas de *Facebook* y correo electrónico de los informantes, para poder observar en que prácticas mediáticas hacían uso del ciberlenguaje, esto implicaba por una parte invadir su intimidad, al querer acceder a información personal como conversaciones y mensajes privados, y por otro lado había que observar por un cierto periodo de tiempo las publicaciones y conversaciones que los informantes producían.

Resultó complicado convencer a los informantes de que permitieran el acceso a sus cuentas de personales, sin embargo esa no fue la única dificultad, había que encontrar una estrategia que permitiera recabar la información necesaria en una o dos entrevistas, ahora las inquietudes eran otras ¿cómo hacerlo?, ¿qué instrumentos utilizar para la recolección de la información?, ¿cómo encontrar una estrategia sistemática? y ¿qué información respaldar?.

Finalmente para respaldar los mensajes de texto del teléfono móvil, se optó por tomar fotografías a cada uno de los mensajes, mientras que para la red social *Facebook* y

el correo electrónico se utilizó un *software* específico que permitiera ir capturando en video las actividades que los informantes realizaron tres semanas anteriores a la fecha de la entrevista, para posteriormente observar con calma toda la información, vaciarla en la matriz de análisis, para finalmente interpretar los datos y plasmar los resultados.

Realizar esta investigación fue todo un desafío, al tratar de combinar elementos de distintas perspectivas y metodologías como la etnografía tradicional, la etnografía virtual y de los métodos narrativos, para obtener una metodología adecuada. Finalmente se logró la obtención de resultados diferentes que seguramente servirán de apoyo para futuras investigaciones.

5.1. Caracterización del ciberlenguaje

Resulta evidentemente que la irrupción de las tecnologías de la información y la comunicación han transformado sustancialmente los modos en que los seres humanos se relacionan. Los medios digitales de comunicación contribuyen al intercambio de información masiva y nuevas formas de interacción, hoy en día los usuarios han recreado sus propios códigos lingüísticos, intentando combinar matices del lenguaje hablado y el lenguaje escrito, creando de este modo su propia forma de comunicación, que como lo señala Cristal (2002) tiene características propias y específicas que lo distinguen de otros modos comunicativos.

Se coincide con la postura de Francisco Yuz (2010), quien señala que el intercambio masivo de mensajes de texto genera nuevas formas de interacción comunicativa, pero con clara vocación oral, lo que convierte al ciberlenguaje en un interesante híbrido entre la estabilidad y rigidez del soporte escrito, por un lado, y la espontaneidad y cualidad efímera del habla por otro.

Por tanto, el ciberlenguaje se presenta como una nueva forma de comunicación, con sus propios códigos de funcionamiento que lo hace diferente al combinar letras, números signos y símbolos, para representar como todo lenguaje emociones y sentimientos, que cada usuario recrea conforme a su propia creatividad. Por lo que no se puede hablar de una variedad única, pero sin embargo, presenta rasgos en común que hacen posible la comunicación, sin importar que las personas estén distantes geográficamente.

Pero ¿cuáles son los rasos en común que caracterizan al ciberlenguaje?, de acuerdo a los resultados de este estudio se clasificaron seis categorías (la repetición de letras signos y símbolos, la combinación de mayúsculas y minúsculas, la contracción, extranjerismos, la orto-

grafía y los emoticones) que lograron describir cómo es que este lenguaje combina rasgos de la oralidad y la escritura.

La repetición, hace referencia al uso desmedido de letras signos y símbolos, que son utilizados principalmente para hacer énfasis en alguna parte de la escritura, como por ejemplo la palabra “hola” que es sustituida por “holaaaaaaaaa” tratando de manifestar emotividad en el texto. Esta característica se encontró en los tres soportes analizados, sin embargo, esta categoría permite reformular la creencia de que el ciberlenguaje utilizado en los mensajes de texto cortos, es con el objetivo de ahorrar espacio en los mensajes, consideramos que los cambios, tienen que ver no sólo con la economía de la lengua, sino también con la emotividad que los usuarios quieren transmitir a través del mensaje.

Por otra parte fue común encontrar la combinación de mayúsculas y minúsculas sin un orden específico por ejemplo frases que combinan palabras escritas en mayúsculas y minúsculas “Si yo tuviera una varita MÁGICA sería la mamá PERFECTA”, y palabras que combinan minúsculas y mayúsculas “GraCiaS”. Por lo general esta combinación la utilizan con la intención de hacer énfasis en alguna parte de la escritura, o para hacer que la escritura luzca diferente, es decir, emplean esta combinación de una forma creativa para que sus textos sean únicos. La primera característica de esta categoría fue más común encontrarla dentro de los mensajes y publicaciones que hacían los adultos, mientras la segunda se encontró entre los jóvenes.

La contracción se refiere a las palabras en las que se eliminan letras tratando de hacerlas lo más cortas posibles, las personas han desarrollado la capacidad de escribir con pocas palabras, por lo general suprimen vocales aprovechando el sonido entero de las consonantes “bbs”, utilizan abreviaturas, siglas y acrónimos, también hacen una combinación de letras, números y símbolos aprovechando su significado “salu2”, o bien por su sonido, sustituyen sistemáticamente letras y abrevian frases completas “ntp”. Se considera que la contracción es utilizada con el propósito de reducir tiempo, esfuerzo y espacio en la comunicación. Es en sí, una faceta especial en la que se reconoce una fuerte expresividad y una gran economía en la escritura.

Fue común encontrar entre los jóvenes el uso de palabras o expresiones lingüísticas de otras lenguas combinadas con el idioma español, por lo general eran palabras o frases

completas procedentes del idioma inglés, en algunos casos modificados a través del ciberlenguaje. Por lo regular esta característica no la empleaban los adultos.

Los emoticones como expresiones graficas que pueden representar significados muy diversos, conformando en su conjunto una terminología informal que es frecuentemente relacionada con las emociones y sentimientos. El uso de emoticones fue una característica habitual de los informantes, las imágenes son utilizadas para representar estados de ánimo y expresiones faciales. La característica más representativa es que pueden ser entendidos sin importar el idioma que se hable.

El uso correcto de reglas ortográficas no fue parte del objetivo de la investigación, debido a que el estudio estaba enfocado desde lo social y la comunicación, sin embargo se consideró esta categoría con la intención de identificar algunos rasgos distintivos del ciberlenguaje en los que se utilizan correctamente las reglas ortográficas o bien hacen omisión.

Considerando que en el ciberlenguaje no se respetan las reglas ortográficas, los resultados permitieron apreciar, que utilizar el ciberlenguaje no influye en el uso adecuado de las reglas ortográficas, por lo general las personas que contaban con buena ortografía utilizaban ciberlenguaje sólo en ciertas ocasiones y con algunas personas en específico, no con el objetivo de omitir la ortografía, sino más bien para tratar de que sus textos estén impregnados de emotividad.

No se puede culpar a Internet, ni a los medios digitales de comunicación, ni mucho menos al ciberlenguaje, del empobrecimiento de la lengua o la omisión de reglas ortográficas, las modificaciones en la escritura han existido siempre, todos los lenguajes manifiestan el empleo de cambios de economía como los que se presenta ahora en el ciberlenguaje, prueba de ello son las abreviaturas reconocidas ya por la academia.

El ciberlenguaje es sólo un registro más de la lengua escrita, como lo fue el lenguaje empleado en los telegramas, la escritura taquigráfica que se utilizaba para una economía y rapidez en la escritura, y hasta los famosos chismografos de los 80' que utilizaban los jóvenes para realizar una serie de preguntas escritas de todo tipo a sus amigos haciendo con frecuencia cambios en la escritura.

Es posible concluir entonces, que el uso del ciberlenguaje no representa un riesgo para el idioma, más bien debe ser considerado como un lenguaje diferente con sus propios códigos y formas de expresión que se adapta a las características de los medios utilizados. Por otra parte considero que el ciberlenguaje por sus características, entraría más en la categoría de dialecto escrito y no en la de lenguaje, debido a que, al igual que un dialecto es un derivado de otro lenguaje usado por personas de un área geográfica particular, con un vocabulario y gramática propio, pero sin diferenciación suficiente frente a otros de origen común. Por lo tanto estaríamos hablando que esta forma de escritura utilizada en la red, que es en esencia un ciberdialecto.

5.2. La disponibilidad léxica del ciberlenguaje

Adaptar la disponibilidad léxica a este estudio es uno aporte más que puede ser retomado en futuras investigaciones, debido a que no se encontraron evidencias de trabajos que analizaran al ciberlenguaje. Los estudios sobre disponibilidad léxica constituyen un importante aporte a la lingüística, porque dejan entrever los fenómenos que ocurren en la lengua en un momento determinado, y pueden servir a futuras investigaciones en otras áreas. El método de disponibilidad léxica, permite recoger y analizar el léxico disponible de una comunidad de habla, a partir de estímulos temáticos denominados como centros de interés.

La estrategia utilizada en esta investigación colaboró en la innovación de centros de interés, que faciliten la caracterización de códigos como el ciberlenguaje y los emoticones que antes parecían no poder ser cuantificables, abriendo así nuevas posibilidades de análisis. Este trabajo utilizó cinco centros de interés, de los cuales sólo dos forman parte del léxico común y tres fueron diseñados acorde a las necesidades propias del trabajo, implicando una mayor dedicación en la edición.

En un inicio, la intención de aplicar esta prueba era obtener un vocabulario específico de las principales pablaras que los informantes utilizan en ciberlenguaje, sin embargo los resultados aportaron información adicional, que permitieron reforzar los resultados de la segunda etapa cualitativa, que marcaba entre sus objetivos determinar la apropiación que jóvenes y adultos hacen del el ciberlenguaje.

Desde el momento en que se aplicó la encuesta, se pudo observar que para los adultos era más complicado contestar los centros de interés estrechamente relacionados

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

con las tecnologías de la información y la comunicación, así como con el ciberlenguaje; en su mayoría, señalan que utilizan la computadora o internet, principalmente para hacer tareas con los hijos, comunicarse con sus familiares y para trabajar, esto al tratar de justificar por qué no sabían contestar algunos ítems. Por su parte, los jóvenes muestran un comportamiento distinto, en general no realizaron preguntas al momento de realizar la actividad, por el contrario, manifestando siempre gran dominio sobre el tema.

Del análisis realizado se lograron datos destacables, de los 80 encuestados, se obtuvieron un total de 5,070 palabras, de los cuales 1,574 equivalen a vocablos diferentes, los centros de interés con mayor índice de cohesión fueron los *muebles de la casa*, *aparatos electrónicos y electrodomésticos*, y *palabras que se abrevian en telefonía e Internet*, es decir, los informantes coincidieron en un mayor número de vocablos.

De los listados obtenidos en los tres primeros centros de interés (*los muebles de la casa*, *aparatos electrónicos y electrodomésticos*, *entretenimiento, juegos y diversiones*, e *Internet y tecnologías de la información y comunicación*), se puede apreciar que los adultos alcanzaron una mayor producción de vocablos que los jóvenes. Esto muestra que los jóvenes cuentan con un vocabulario más compacto y definido sobre las tecnologías de la información y comunicación, mientras que el de los adultos es más disperso y por ello obtuvieron una mayor producción. Sin embargo, de forma global, los datos obtenidos revelan que los centros de interés relacionados directamente con las tecnologías y el ciberlenguaje están en proceso de construcción, es decir, no se ha llegado aún a la apropiación.

5.3. Apropiación del ciberlenguaje a partir de las prácticas mediáticas

Para identificar la apropiación del ciberlenguaje de acuerdo a las prácticas mediáticas que realizan los jóvenes y adultos en los tres soportes seleccionados, se retomaron las categorías de análisis establecidas por Padilla (2013). Hay que considerar que estas categorías fueron diseñadas específicamente para definir las prácticas que realizan los jóvenes en Internet y no para el ciberlenguaje.

Todas las categorías se integraron en el análisis del estudio, sin embargo no se logró identificar evidencia de uso de ciberlenguaje en las categorías de “información para usos personales y recursos técnicos”, “información sobre lo público” y “tramites administrativas y/o ciudadanos”. Esto no quiere decir que los informantes no realizaran este tipo

de prácticas, posiblemente si las utilizan pero no se vieron reflejadas en los resultados, porque el análisis se basó sólo en aquellas prácticas que mostraban evidencia del uso del ciberlenguaje.

Las principales prácticas en las que los informantes hacían uso del ciberlenguaje fueron: prácticas de entretenimiento, educativas/académicas, lúdico-creativas y sociables, en las dos últimas fue donde se registró constantemente uso del ciberlenguaje por ambas generaciones. Por otra parte, en los resultados se logró identificar una práctica que no estaba contemplada en las categorías seleccionadas, esta práctica estaba enfocada a actividades relacionadas con la religión, fue común entre los informantes adultos especialmente en las mujeres, publicaciones sobre religión que contenían rasgos distintivos del ciberlenguaje.

5.4. El papel del ciberlenguaje como un elemento de identidad.

Para efectos de este trabajo, se asumió el concepto de identidad con la intención de comprender como se apropian del ciberlenguaje jóvenes y adultos como un elemento de identidad. La identidad tiene que ver con la idea que tenemos acerca de quiénes somos y quiénes son los otros, es decir, con la representación que tenemos de nosotros mismos en relación con los demás, cuando se cree encontrar semejanzas entre las personas, se infiere que comparten una misma identidad distinguible de la de otras personas que no parecen similares (Giménez, 2007).

Para definir la identidad de jóvenes y adultos con respecto al ciberlenguaje, se crearon tres categorías “edad”, “familia” y “genero” a partir de la red conceptual que establece Giménez (2007) para definir una identidad individual. En el ciberlenguaje las identidades individuales se presentaron como un instrumento de identificación y socialización para estar en contacto entre grupos, así como para diferenciarse de los demás.

El ciberlenguaje también tiene que ver con las identidades colectivas porque aluden a prácticas sociales que incluyen un número de individuos o grupos, que a su vez implica un cierto grado de involucramiento emocional, es decir permite a los individuos sentirse parte de una común unidad (Giménez, 2007). Por lo tanto, se hace evidente que el ciberlenguaje tiene una función socializadora y de reforzamiento de la identidad.

A partir de “la edad” como categoría analítica, se pudo constatar que son los jóvenes quienes hacen mayor uso del ciberlenguaje, para ellos el ciberlenguaje no es sólo un

medio de comunicación sino que también les permite manifestar expresiones de afecto y proyectar una identidad grupal, lo que a su vez también les ayuda para diferenciarse de los adultos. Por su parte, los adultos, no tienen esa necesidad de identificarse a través de las tecnologías como los jóvenes, sin embargo suelen utilizar el ciberlenguaje como un elemento de identidad que les permite unirse a la familia, hijos o personas cercanas.

5.5. Lo que se queda en el tintero

Todo proceso de investigación tiene cierres que son sólo parciales o momentáneos, y este trabajo no es la excepción, se quedan en el tintero vetas que no pudieron ser exploradas debido a múltiples factores. Sin embargo es importante dejar plasmadas estas ideas como un precedente para futuras investigaciones que sigan esta misma línea de trabajo, las cuales se describen a continuación.

Utilizar la disponibilidad léxica en esta investigación abrió nuevas oportunidades para continuar por este camino más adelante, los resultados del análisis realizado para este estudio, permitieron determinar que el número de vocablos relacionados con el centro de interés “Internet y tecnologías de la información y comunicación” fue alto, lo que indica que el léxico de ese centro aún está en formación, es decir, se está fijando la terminología con respecto a esta área. En este sentido, resulta oportuno realizar en algunos años, un segundo análisis con las mismas variables para identificar cuanto ha ido cambiado el vocabulario.

Desde esta misma línea de trabajo, los resultados de análisis de disponibilidad léxica arrojaron una cantidad considerable de información, que tuvo que ser descartada por las características propias del trabajo y los tiempos que se tenían preestablecidos. Por lo tanto, se queda en el tintero hacer un análisis más fino de los resultados, en el que se puedan realizar comparaciones no sólo entre dos grupos de edades distintos, sino que además poder considerar otras variables como el género, escolaridad y niveles socioeconómicos.

Por otra parte, se pudo apreciar en los resultados, que la edad jugó un papel fundamental en cuanto al uso de ciberlenguaje se refiere, se observó que entre menos edad tenían los jóvenes encuestados utilizaban con mayor frecuencia toda la gama de letras, números, signos y símbolos que caracterizan al ciberlenguaje. Estos resultados abren nuevas vetas para indagar más ampliamente qué es lo que está pasando con las nuevas

generaciones, no sólo con los adolescentes sino también con los niños, e identificar si existen diferencias significativas en el uso y apropiación del ciberlenguaje.

El teléfono celular fue uno de los soportes que se analizaron en este estudio, sin embargo la observación se centró únicamente en los mensajes de texto cortos o SMS, lo cual resultó ser una limitación, debido a que los informantes no utilizaban con frecuencia el servicio de mensajes cortos, posiblemente porque la mayoría contaban con teléfonos inteligentes o *smartphone* que tienen la característica de poder conectarse a través de Internet, a distintas aplicaciones para comunicarse con varias personas al mismo tiempo, sin limitaciones de caracteres y costos adicionales. Estas particularidades abren nuevas vetas de estudio para realizar un análisis más amplio desde otros medios de mensajería instantánea actuales como *Whatsapp*, *Viber*, *Telegram* entre otros.

Finalmente con base a la experiencia vivida, también se queda en el tintero realizar desde la metodología, una propuesta que sirva de apoyo para la recolección de la información a futuras investigaciones con características similares a las de este estudio, donde los informantes sólo se puedan tener acceso una vez a los datos desde la red.

BIBLIOGRAFÍA

- Abela, A. (2000). *Las técnicas de Análisis de Contenido: Una revisión actualizada*. Recuperado el 18 de mayo de 2014, del Centro de Estudios Andaluces: <http://www.public.centrodeestudiosandaluces.es/pdfs/S200103.pdf>
- Amador, J. (2010). *Mutaciones de la subjetividad en la comunicación digital interactiva consideraciones en torno al acontecimiento en los nativos digitales. Signo y Pensamiento*. XXIX, (57), pp. 142-161. Recuperado el 22 de febrero de 2012 de http://recursostic.javeriana.edu.co/cyl/syp/components/com_booklibrary/ebooks/5709.pdf
- Albero, M. (2002). *Adolescentes e Internet. Mitos y realidades de la sociedad de la información*. ZER. *Revista de Estudios de comunicación*. Obtenido de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=801797>
- Arce, T. (2008). *Subcultura, contracultura, tribus urbanas y culturas juveniles: ¿homogeneización o diferenciación?*. *Revista Argentina de sociología*. 6 (11), 257-271.
- Asociación Mexicana de Internet -AMIPCI. (2010). *Estudio AMIPCI 2009. Sobre hábitos de los usuarios de Internet en México*. Recuperado el 22 de agosto de 2012 de <http://www.amipci.org.mx/?P=editomultimediafile&Multimedia=90&Type=1>
- _____ (2012). *Hábitos de los usuarios de Internet en México*. Recuperado el 22 de agosto de 2012 de <http://www.amipci.org.mx/?P=esthabititos>
- Avello, J. & Muñoz, A. (2002). *La comunicación desamparada. Una revisión de paradojas en la cultura juvenil*. En Rodríguez, F. (editor), *Comunicación y cultura juvenil* (pp. 21-66). Barcelona, Editorial Ariel.
- Araujo, M. y Melo, S. (2003). *Del caos a la creatividad, los chats entre lingüistas y didactas*. Lisboa, Portugal: Estudios de Lingüística del Español (ELiEs).
- Bendit, R.; Hahn, M. & Miranda A. (2008) *Los Jóvenes y el Futuro: Procesos de Inclusión Social y Patrones de Vulnerabilidad en un Mundo Globalizado*. Buenos Aires: Editorial Prometeo.
- Berlanga, I. y Martínez, E. (2010, mayo-agosto). *Ciberlenguaje y principios de retórica clásica. Redes sociales: el caso Facebook*. *Revista Venezolana de Información, tecnología y conocimiento*, 7(2) pp. 47-61.
- Betancourt, A. (2010 enero-junio). *El ciberlenguaje como variedad lingüística*. *Revista Q*. 4(8), pp. 1-19.

Betti, S. (2006, julio-diciembre) "La jerga juvenil de los SMS :-)". *Cuadernos del Lazarillo*, 31, pp. 68-76.

Bourdieu, P. (1999). *El sentido práctico*. Madrid, España: Taurus.

Cano, J. (1991). *Dialogo de la banda, texto Inédito*.

Carles, F. (2006). *La habitación de los adolescentes*. Educación y fronteras generaciones: el vínculo conflictivo entre adolescentes y adultos. México: Universidad Autónoma de Sinaloa.

Cassany, D. (2003) *Describir el escribir. Cómo se aprende a escribir*. Barcelona: Paidós.

Castañeda, Y. (2004). *Los medios de la comunicación y la tecnología educativa*. México: Trillas.

Castells, M. (2001). *La galaxia internet: reflexiones sobre internet: empresa y sociedad*. Barcelona: Areté.

_____ (2004). *La era de la información, economía sociedad y cultura* (vol. II: El poder de la identidad). México: Siglo XXI.

_____ (2004). *Epílogo del libro La ética hacker: informacionalismo y la sociedad red*. En Himanen P., *La ética del hacker y el espíritu de la era de la información* (pp. 5-13). Barcelona: Destino.

_____ (2008). *La era de la información: economía sociedad y cultura* (Vol. I: La sociedad red). México: Siglo XXI.

_____ (2008^a, Enero-Marzo). *Comunicación, poder y contrapoder en la sociedad red. Los medios y la política*, *Revista Telos* (74), pp. 13-24. Doi:10.3916/c33-2009-02-001

_____ (2010). *Comunicación y poder*. España: Alianza editorial.

Cebrián, M. (2009). *Comunicación interactiva en los cybermedios*. *Comunicar*, XVII(33), pp. 15-24.

César, Y. (2013). *La cibercortesía en Chile y Venezuela: Distancia y acercamiento*. (Tesis de Maestría). Universidad de los Andes. Argentina.

Cisneros, C. (2000). *Jóvenes ciudadanos: ¿realidad o ficción?*. En Medina, G. (Compilador), *Aproximaciones a la diversidad juvenil*. México: El Colegio de México.

- Cortez G. (2006). *La lección lexical: estructura y desarrollo*. En Memorias del III Encuentro sobre problemas de la enseñanza del español en México, Universidad Autónoma de Zacatecas: México.
- Corvera, A. (2004). *Adolescentes y la Internet: Los usos y la apropiación del medio como un fenómeno generacional*. En D. Covi Druetta, & F. Hernández Lomelí, Internet y televisión. Una mirada a la interculturalidad (pp.37-52). Guadalajara: Universidad de Guadalajara, Municipio de Zapopan, Universidad Autónoma Metropolitana - Xochimilco.
- Coseriu, E. (1986). *Introducción a la lingüística, Biblioteca románica hispánica*. Madrid España: Gredos.
- Covi, D. & López R. (2011). *Tejiendo voces: jóvenes universitarios opinan sobre la apropiación de internet en la vida académica*. Revista mexicana de ciencias políticas y sociales, núm. 212, pp. 69-80
- Covi, D. (2012). *Apropiación: Una aproximación conceptual*. En Portillo, M. & Conejo, I (Coords), *¿Comunicación posmasiva?, revisándolos entrenados comunicacionales y los paradigmas teóricos para comprenderlos* (pp.149-162). México: Universidad Iberoamericana,
- Crystal, D. (2002). *El lenguaje e Internet*. Madrid: Cambridge University Press.
- _____ (2004). *La revolución del lenguaje* (Trad. Francisco Muñoz). Madrid, España: Alianza Editorial.
- De Certeau, M. (2000). *La invención de lo cotidiano*. 1 Artes de hacer. México: Universidad Iberoamericana / ITESO. Citado en Padilla R. 2012. Geografías ciudadanas y mediáticas, México: Universidad Autónoma de Aguascalientes.
- Del Fresno, M. (2011). *Netnografía. Investigación, análisis e intervención social online*. Barcelona, España: UOC.
- Denzin (1989). *The research act*. Englewood Cliffs. NJ:Prentice Hall
- Devís, A. (2004). *El español en la red: ¿destrucción o reforma del lenguaje?*. Ponencia presentada en el Congreso XXII de la Associazione Ispanisti Italiani, Catania-Ragusa. *Actas XXII Centro Virtual Cervantes*. Recuperado el 17 de noviembre de 2011 de: http://cvc.cervantes.es/literatura/aispi/pdf/20/II_06.pdf
- Domínguez, C. & Mejuto, T (2004) *Diccionarios y repertorios de SMS en el aula ELE*. Recuperado el 15 de mayo de 2013 de http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/asele/pdf/15/15_0301.pdf

Echeverría, M.; Urzúa, P. & Sáez, K. (2006). Disponibilidad léxica matemática: análisis cuantitativo y cualitativo. *Revista de Lingüística teórica y aplicada (RLA)*, núm. 44, pp. 59-76.

Feixa, C. (1998). *El reloj de arena: culturas juveniles*, México: Causa Joven-IMJ.

Flores, A. (1990). *Ethnography of drug addicts in México and in Spain: some comparative findings on drug argots*, comunicación presentada al Community Epidemiology Work Group meeting, San Antonio Texas.

Chela-Flores, G. (2006). *Nivelación dialectal, electrotextos y su incidencia en la interpretación fonetológica de algunos aspectos español*. *Revista Letras*. Vol. 48 (72), 59-73.

Galera, C. (2010). *Nuevo escenario de socialización del lenguaje*. El chat y los adolescentes. *Perspectivas de la comunicación*, 3(1), pp. 81-90.

Galindo, J. (1997). *Comunidad virtual y cibercultura*. Estudios sobre las culturas contemporáneas. Época II. Vol. III. N° 5, junio de 1997, Colima, México.

_____ (1998). *Sabor a ti. Metodología cualitativa en investigación social*. Xalapa: Universidad Veracruzana.

García, A. (2004). *Estudios y artículos sobre disponibilidad léxica*. Recuperado el 17 de agosto de 2012 de http://www.angarmegia.com/utilidad_dis_lex.htm

García, J. (1996). *Identidades urbanas*. El caso del grupo juvenil católico de San Miguel, (Tesis de maestría). CIESAS, México.

_____ (1985). *¿Qué transa con las bandas?*. México: Posada.

Giammatteo M. & Albano H. (2009). *El español en Internet: una mirada a su evolución en los fotologs*. *Revista Digital Universitaria UNAM*, 10(3). pp. 2-17. Recuperado el día 20 de noviembre de 2011 de <http://www.revista.unam.mx/vol.10/num3/art15/art15.pdf>

Giddens, A. (2006). *La constitución de la sociedad: bases para la teoría de la estructuración*. Buenos Aires: Amorrortu editores.

Giménez, G. (2007). *Estudios sobre la cultura y las identidades sociales*. México: Consejo Nacional Para la cultura y las Artes e Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO).

- Gómez, E. (2002). *Hacia la construcción de una metodología para el estudio de las `Comunidades Virtuales´. Una propuesta emergente*. Fuente Original: Versión 12, UAM-Xochimilco. Disponible en el archivo del Observatorio para la CiberSociedad en <http://www.cibersociedad.net/archivo/articulo.php?art=>
- Gómez, H. (2007). *Estratos espaciales y de comunicación en los estudios sobre la juventud. Una revisión de los estudios de los consumos culturales juveniles en México*. Seminario "Las ciudades de los jóvenes. Universidad Autónoma de la Ciudad de México y el Consejo Iberoamericano de Investigación de la Juventud, en la Ciudad de México.
- _____ (2010). *Jóvenes, mundos mediáticos y ambientes culturales, Los tiempos del tiempo: la ciudad, bibliografías mediáticas y entornos familiares*. México: Promoción de la Cultura y la Educación Superior del Bajío, A.C., PROCESBAC, Universidad Iberoamericana León.
- Gómez, E. & Guerra, L. (2004). *Disponibilidad y fines específicos: análisis del centro de interés prensa*. Ponencia presentada en el III Congreso Internacional de la Asociación Europea de Lenguas para Fines Específicos (AELFE), Universidad de Granada.
- González J. (2003). *Cultura(s) y Ciber_cultura@.(s): inclusiones no lineales entre Complejidad y Comunicación*. México: Biblioteca Francisco Xavier Clavijero.
- González, J. & Gramigna, A. (2009). *Comunicación joven: a propósito de la fascinación y la prestación educativa de los nuevos medios*. Teoría de la Educación. *Educación y Cultura en la Sociedad de la Información*, 10(2). pp. 276-288.
- Goodwin, C. (2001). *Practices of Seeing Visual Analysis: An Ethnomethodological Approach*. En T. V. Leeuwen y C. Jewitt (Eds.), *Handbook of Visual Analysis* (pp. 157-182). Londres: Sage. Citado en Noblia, M. 2009. Modalidad, evaluación e identidad en el chat. *Discurso y Sociedad*, 3 (4), 738-768, Argentina.
- Gougenheim, G., Michea, R., Rivenc, P. & Sauvageot, A. (1964): *L'elaboration du français fondamental* (1er degré). Étude sur l'établissement d'un vocabulaire et d'une grammaire de bas, París: Didier.
- Gordillo, A. (2014, abril-junio). *El vínculo comunicación-educación en la conformación de la identidad y subjetividad social. Razón y palabra* (86). Recuperado el 12 septiembre de 2014 de http://www.razonypalabra.org.mx/N/N86/V86/02_Gordillo_V86.pdf

Guerra, L. & Gómez M. (2003). *Español de los medios de comunicación: aspectos de disponibilidad léxica*. Ponencia presentada en el XIV Congreso Internacional de la Asociación para la Enseñanza del Español como Lengua Extranjera, Burgos.

Guerrero, J. (2001). *QRS ABLR? Pqño lbro d msj txt*. Barcelona: Ediciones B.

Gutiérrez, B. (2005). *El lenguaje de las ciencias*. Madrid: Gredos.

Halliday M.A.K. (1982). *El lenguaje como semiótica social, la interpretación social del lenguaje y del significado*. México: FCE.

Halliday, K. & Matthiessen, C. 2004. *Introduction to Functional Grammar*. London: Edward Arnold. Citado en Noblia, M. 2009. Modalidad, evaluación e identidad en el chat. *Discurso y Sociedad*, 3 (4), 738-768, Argentina. Citado en Noblia, M. 2009. Modalidad, evaluación e identidad en el chat. *Discurso y Sociedad*, 3 (4), 738-768, Argentina.

Hernández, C. (2011). *Cultura y género, expresiones artísticas, mediaciones culturales y escenarios sociales en México*. México: Consejo Nacional para Cultura y las Artes.

Hernández, L. (1991). *Ideología y lenguaje: el léxico de los chavos banda*, *Signos*, 1, pp. 49-60.

Hernández, R.; Fernández C. & Baptista P. (2010). *Metodología de la investigación*. Perú: McGraw Hill.

Hine, C. (2004). *Etnografía virtual*. Barcelona: Editorial UOC.

Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática-INEGI. (2011). *Estadísticas a propósito del día mundial de Internet datos nacionales*. Recuperado el 28 de octubre de 2011. de: www.inegi.org.mx/inegi/contenidos/.../estadisticas/2011/Internet0.doc

_____ (2010) *Encuesta sobre la disponibilidad y el uso de las tecnologías de la información 2010*. Recuperado el 22 de agosto de 2012. De <http://www.inegi.org.mx/inegi/contenidos/espanol/prensa/comunicados/modutih10.asp>

Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey-ITESM. (2012). *World Internet Project MX, Departamento de Comunicación*, Campus Estado de México. Recuperado el día 28 noviembre de 2012 de <http://www.wip.mx/>

Iruzubieta, G. (2009). *Cuadernos de comunicación interactiva. Libro blanco de IAB, la comunicación en medios sociales. Revista de la comunicación interactiva y el marketing digital*. Disponible en: http://www.slideshare.net/IAB_Spain/libro-blanco-medios-sociales-junio-2009

Justo, H. & Hortensia, G. (1985). *Disponibilidad léxica en colores*. (Tesis inédita de Licenciatura). Universidad Nacional Autónoma de México, México.

Kozinets, V. (1997). *I Want to Believe: a Netnography of the X-Philes Subculture of Consumption*, in NA - Advances in Consumer Research Volume 24, eds. Merrie Brucks and Deborah J. MacInnis, Provo, UT : Association for Consumer Research, Pages: 470-475.

_____ (2010). *Netnography*. London: SAGE.

Lamarca, M. (2011) *Hipertexto, el nuevo concepto de documento en la cultura de la imagen*. (Tesis inédita de doctorado). Universidad Complutense de Madrid, España.

Lara, T. (2008). *Alfabetizar en la cultura digital, hacia el enfoque comunicativo*. En Lara T. et al (Ed), *La competencia digital en el área de Lengua* (pp.5-30). Madrid: Octaedro.

Lévy, P. (1993) *As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática*. Rio de Janeiro: Editora 34.

_____ (1999) *¿Qué es lo virtual?*. México: Paidós.

Levato, V. (2013) *Redes sociales, lenguaje y tecnología: Facebook. The 4th Estate Media?*. Cuad. Cent. Estud. Diseño Comun., Ens., Ciudad Autónoma de Buenos Aires, n. 45, septiembre. Disponible en http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1853-35232013000300006&lng=es&nrm=iso.

López, B. (2008). *Léxico disponible en el español de Galicia*. Santiago de Compostela: Universidad de Santiago de Compostela.

López, C. y Azcurra, C. (2009). *Las nuevas tecnologías de información y comunicación y sus efectos en el lenguaje escrito de los adolescentes*. San Martín, Argentina: Instituto Superior de Formación Docente.

López, J. (2003), *¿Qué te viene a la memoria?, la disponibilidad léxica: teoría, métodos y aplicaciones*. México: Universidad Autónoma de Zacatecas.

López & Strassburger C. (2000). *El diseño de una fórmula matemática para obtener un índice de disponibilidad léxica confiable*. Anuario de Letras. XXXVIII.

_____ (1987). *Otro cálculo del índice de disponibilidad léxica*, en presente y perspectiva de la investigación computacional en México. Actas del IV Simposio de la Asociación Mexicana de Lingüística Aplicada. México: UNAM.

_____ (1991). *Un modelo más para el cálculo de disponibilidad léxica individual*. En H. López (Ed.), *La enseñanza del español como lengua materna* (pp. 91-112). Río Piedras: Universidad de Puerto Rico.

López, H. (1995-1996). *Los estudios de disponibilidad léxica: pasado y presente*, Boletín de filología de la Universidad de Chile.

_____ (1998). *Lingüística Estadística*, en *Introducción a la lingüística actual*, Playor. Madrid, pp. 209-225.

Luna, E.; Viguera, A. & Baez, G. (2005). *Diccionario básico de lingüística*, México: Universidad Nacional Autónoma de México.

Maciel, G. (2008). *Construcción del léxico básico del español de México*. En J. López, M. M. Hernández, A. García y M. R. Ovalle (Comp.), *La enseñanza del español y las variaciones metodológicas* (pp.134-142), Zacatecas: Universidad Autónoma de Zacatecas.

Macfadyen, P. & Doff, S. (2005). *The language of cyberspace: Text, discourse, cultural tool*. In C. Ghaoui. (Ed.), *Encyclopedia of human-computer interaction*.

Mannheim, K.. (1993). *El problema de las generaciones*. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*. N° 62. Centro de Investigaciones Sociológicas. Madrid.

Mante, E.A Y Piris, D. (2002). *El uso de la telefonía móvil por los jóvenes en Holanda*, revista de estudios de juventud, 57, pp.47-58.

Marqués, G. (2001). *Sociedad de la información*. Nueva cultura. *Revista Comunicación y Pedagogía*, núm. 272.

Marshall, D. (2004). *New Media Cultures*. Londres: Arnold Publishers.

Martín Barbero, J. (1990). *De los medios a las prácticas*. En Orozco (coord.). *La comunicación desde las prácticas sociales*, Cuadernos de comunicación y prácticas sociales no.1 (pp. X-x). México: UIA. Citado en Padilla R. 2012. *Geografías ciudadanas y mediáticas*, México: Universidad Autónoma de Aguascalientes.

- Martínez, B. (2006). *Homo digitalis: etnografía de la cibercultura*. Bogotá, Colombia: Unidades-Ceso.
- Martínez, F. (2004). *Redes de comunicación en la enseñanza. Las nuevas perspectivas del trabajo corporativo*. España: Paidós.
- Martínez, J. (2007). *Emoticonos o la codificación emotiva de la comunicación hipertextual*. Revista Digital Universitaria, 8(8), pp.2-18.
- Mayans, J. (2002). *Género Chat. O cómo la etnografía puso un pie en el espacio*. Barcelona: Gedisa.
- McLuhan, M. (1972). *La Galaxia Gutenberg*. Madrid, España: Aguilar.
- Mead, M. (2006). *Cultura y compromiso, estudio sobre la ruptura generacional*. España: Gedisa.
- Melchor, J.; Rivera, J.; Muñoz, E. & López, J. (2012). *Disponibilidad léxica para medir el crecimiento conceptual de electricidad*. Lat. Am. J. Phys. Educ., 6(4), pp. 648 - 651.
- Michéa, R. (1953). *Most frequents et most disponibles*. Un aspect nouveau de la statistique du langage. Les langues modernes 47,338-344.
- Miraflores E. & Hernández J. (2004). *Lenguaje SMS: la alfabetización de los jóvenes en el siglo XXI*, Educación y futuro: revista de investigación aplicada y experiencias educativas, Nº. 11, 2004, pp. 121-130.
- Montiel, I. (2006). *El significado de ser joven*. En Ramírez, M. (Coord), Educación y fronteras generacionales, el vínculo conflictivo entre adolescentes y adultos. (pp. 125-144). México: Universidad Autónoma de Sinaloa
- Morales A. (2011) *Mensajes cortos, chat y uso de redes, idioma podado*. Congreso internacional EDUTEC, Pachuca Hidalgo, México
- Morduchowicz, R. (2004). *El capital cultural de los jóvenes*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Muñoz, M. (2007). *Disponibilidad léxica de estudiantes de secundaria de la ciudad de Zacatecas*. (Tesis inédita de Maestría). Universidad Autónoma de Zacatecas, Zacatecas. México.
- Noblia, M. (2009). *Modalidad, evaluación e identidad en el chat*. Discurso y Sociedad, 3 (4), 738-768, Argentina.

Navarro L. (2009). *Construcción del ciberlenguaje de la generación red en el paradigma de las nuevas tecnologías de la información y comunicación: la comunicación del milenio*. Razón y Palabra, núm. 69, julio-agosto, 2009, pp. 1-20, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Estado de México, México

Ortiz L. (2013). *Construcción de identidades en el chat: una visión multimodal*. Enunciación Vol. 18, No. 1/ enero-junio, Bogotá, Colombia, pp. 97-111.

Ortiz, G. & Gallegos, J. (2009). *Acceso y usos de las tecnologías de la información y comunicación (TIC's) entre las niñas y los niños mexicanos: el caso de la ciudad de Monterrey*. *Global Media Journal*, 6(12), pp. 71-90. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=68712864005>

Padilla, R. (2008). *Tecnologías mediáticas y la permanente reconfiguración del sensorium. Su estudio en el marco de las ciencias sociales*. En Reguillo R. (Coord.), *Territorios en reconfiguración. Perspectivas situadas en torno a la interdisciplinariedad*. Cuadernos del DECS (pp.131–148). Tlaquepaque, Jalisco: ITE-SO.

_____ (2009). *Perfiles socioculturales de ciudadanía. Identidades urbanas y geografías mediáticas*. Estudio en cinco escenarios en la ciudad de Aguascalientes. *Tesis de Doctorado*. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, Tlaquepaque, Jalisco, México.

_____ (2012). *Geografías ciudadanas y mediáticas*, México: Universidad Autónoma de Aguascalientes.

_____ (2014). *Ciudadanía política en la red. Análisis de las prácticas políticas entre jóvenes universitarios*. *Comunicación y Sociedad nueva época*, Núm. 21, pp.71-100.

Padilla, R. & Flores, D. (2011). *El estudio de las prácticas políticas de los jóvenes en Internet*. *Comunicación y Sociedad*. Núm. 15. pp. 101-122.

Páez, A. (2006). *La relación jóvenes –TIC: una lectura cualitativa*, Hologramática – Facultad de Ciencias Sociales. *UNLZ - Año III, Número 5, V1*. Recuperado el 16 de noviembre de 2011. Disponible en: www.unlz.edu.ar/sociales/hologramatica

Palazzo M. (2008). *Consideraciones sobre el uso y las representaciones sociales del discurso juvenil en el Ciberespacio*, Congreso; 10º CONGRESO REDCOM. Conectados, Hipersegmentados y Desinformados en la Era de la Globalización, Universidad Católica de Salta.

- Parrilla, E. (2008). *Alteraciones del lenguaje en la era digital*. *Comunicar*, 16(30), pp. 131-136.
- Paz, O. (1990). *El laberinto de la soledad*, México, FCE.
- Pérez, J. (1996). *Memorias y olvidos. Una revisión sobre el vínculo de lo cultural y lo juvenil*, Ponencia presentada en el Seminario Internacional ¿Qué sabemos de los jóvenes?, Universidad Central, Viceministerio de la Juventud, Bogotá, Colombia, septiembre de 1996, 15 pp.
- Pérez, M. (2010). *Variaciones de léxico de docentes de secundaria del estado de Tlaxcala*. (Tesis de Doctorado). Universidad Nacional Autónoma de México: México.
- Pinker, S. (2009). *El instinto del lenguaje*. Madrid: Alianza Editorial.
- Ragin, C. (2007). *La construcción de la Investigación social, introducción a los métodos y su diversidad*, Bogotá: Universidad de los Andes, SAGE Publications, Siglo del Hombre Editores
- Reguillo, R. (1991). *En la calle otra vez. Las bandas, identidad urbana y usos de la comunicación*. Guadalajara México: ITESO.
- _____ (1998). *El año dos mil, ética, política y estéticas: imaginarios, adscripciones y prácticas juveniles. Caso mexicano*. En Cubiles, H., Laverde, M. y Valderrama, C. (editores), *Viviendo a toda. Jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades*. Bogotá: Universidad Central, Siglo del Hombre Editores.
- _____ (2000). *Emergencia de culturas juveniles. Estrategias del desencanto*. Buenos Aires: Grupo Editorial Norma.
- _____ (2000a). *Las culturas juveniles: un campo de estudio*. Breve agenda para la discusión. En Medina, G. (compilador), *Aproximaciones a la diversidad juvenil*. México: El Colegio de México.
- _____ (2002). *Cuerpos juveniles, políticas de identidad*. En FEIXA, C.; MOLINA, F & ALSINET, C. (editores), *Movimientos juveniles en América Latina: pachucos, mandros, punketas*. Barcelona: Ariel.
- Ríos, G. (2010). *Características del lenguaje de los jóvenes costarricenses desde la disponibilidad léxica*. (Tesis Doctoral). Universidad de Salamanca: Salamanca.
- Rocha, M. (2004). *El lenguaje de los jóvenes en el chat*, Estudios sobre las Culturas Contemporáneas. *Época II*. X(19), pp. 109-140.

- Rodríguez, F. (2002). *El lenguaje de los jóvenes*. Barcelona: Ariel Social.
- Rodríguez, L., López, J. & Padilla, M. (2014). *Léxico disponible entre jóvenes y adultos sobre tecnologías de la información y comunicación y ciberlenguaje*. Revista Investigium Ire: Ciencias Sociales y Humanas, V (1), DOI: <http://dx.doi.org/10.15658/CESMAG14.05050107>
- Sáez, F. (2004). *Más allá de Internet: la Red Universal Digital*. X-Economía y Nuevo entorno Tecosocial. Ed. Centro de Estudios Ramón Areces. Recuperado de <http://www.gsi.dit.upm.es/~fsaez/intl/Red%20Universal%20Digital/>
- Sagástegui, D. (2005). *La apropiación social de la tecnología*. Un enfoque sociocultural del conocimiento, Razón y palabra, Num.49, pp. 1-18. Recuperado de <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n49/bienal/Mesa%2012/DianaSagastegui.pdf>
- Salvaverría, R. (2005), *Cibermedios. El impacto de Internet en los medios de comunicación en España*. España: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Samper, J. (1998). *Criterios de edición del léxico disponible: sugerencias*, Lingüística, Núm. 10, pp.311-333.
- Sapir, E. (2010). *El lenguaje, introducción al estudio del habla*. México: FCE.
- Saussure, F. (2010). *Curso de lingüística general*. México: Fontamara.
- Scherer, I. (2005, Marzo-Abril). *Redes Sociales y de Movimientos en la Sociedad de la Información*. Nueva Sociedad. núm.196,. Recuperado el día 11 de diciembre de 2011. Disponible en: http://www.nuso.org/upload/articulos/3250_1.pdf.elvira
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona: Gedisa.
- Sfez L. (2005). *Técnica e ideología, un juego de poder*. México, siglo xxi.
- Speber D. & Wilson D. (1986). *Relevance. Communication and Cognition*, Oxford, Blackwell. Citado en Francisco Yus. 2001. Ciberpragmática. El uso del lenguaje en Internet. Barcelona (España): Ariel.
- _____ (1987): << Précis of Relevance. *Communication and Cognition* >>, Behavioral and Brain Sciences, 10:697-754. Citado en Francisco Yus. 2001. Ciberpragmática. El uso del lenguaje en Internet. Barcelona (España): Ariel.

Stewart, I. (2011). *El lenguaje chat: Efectos de los avances tecnológicos sobre la ortografía española*. (Tesis Maestría), Middlebury College, Madrid.

Thompson, J. (1998). *Los media y la modernidad, Una teoría de los medios de comunicación*. España: Paidós.

_____ (2006) *Ideología y Cultura Moderna*. México:UAM-Xochimilco.

Torres, M. (2001). *Funciones pragmáticas de los emoticonos en la comunicación mediada por ordenador. Textos de la CiberSociedad*, núm. 1. Recuperado el día 3 de noviembre de 2011. Disponible en: <http://www.cibersociedad.net>

Urteaga, M. (1990). *Rock, violencia y organización*, en Topodrilo, 14, pp.64-69.

_____ (1998). *Por los territorios del rock: identidades juveniles y rock mexicano*. México: Culturas Populares, Causa Joven.

_____ (2000). *Formas de agregación juvenil*. En Pérez Islas, Antonio (coordinador), Jóvenes: una evaluación del conocimiento. La investigación sobre la juventud en México 1986-1999. México: Instituto Mexicano de la Juventud, Centro de Investigación y Estudios sobre la Juventud.

Valencia, Y. & García, V. (2010). *La escritura simbólica y el lenguaje escrito en los usuarios del Messenger. Comunicar, núm.18 (34)*, pp. 155-162

Valenzuela, J. (1988), *¡A la brava ése! Cholos, punks, chavos banda*, Tijuana, El colegio de la Frontera Norte.

Van Dijk, T. (2003). *La multidisciplinariedad del análisis crítico del discurso: un alegato en favor de la diversidad*. En, Ruth Wodak y Michael Meyer, Métodos de análisis crítico del discurso, Gedisa, Barcelona.

Vargas, H. (2010). *Jóvenes, mundos mediáticos y ambientes culturales, los tiempos del tiempo: la ciudad, biografías mediáticas y entornos familiares*. México: Universidad Iberoamericana León.

Vásquez A. (2010). *Los jóvenes y la escuela frente a las herramientas tecnológicas de lectura y escritura*, (Tesis de Maestría). Universidad Nacional de Colombia.

Viches, L. (2001). *La migración digital, estudios de televisión*. España: Gédisa,

Winocur, R. (2010). *Robinson Crusoe ya tiene celular, la conexión como espacio de control de la incertidumbre*. México: Siglo XXI.

World Internet Project MX, *Departamento de Comunicación Tecnológico de Monterrey*, Campus Estado de México. Recuperado el día 4 de septiembre de 2012. Disponible en: <http://www.wip.mx/>

Yus, F. (2010) *Ciberpragmática 2.0, Nuevos usos del lenguaje en Internet*. Barcelona: Ariel.

Zalpa, G. (2011). *Cultura y acción social, teorías de la cultura*. México: Plaza y Valdez.

Zanoni, L. (2008). *El imperio digital*. Buenos Aires: Fontamara.



Anexo A: Carta de aceptación artículo**INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA CESMAG**

Formato GD05

NIT. 800.109.387 7**“Hombres Nuevos para Tiempos Nuevos”****LA REVISTA INVESTIGIUM IRE: CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS****CERTIFICA QUE:**

Los señores **Lizeth Rodríguez González, Juan López Chávez y Rebeca Padilla de la Torre**, participaron en la convocatoria para publicar artículos realizada por la Revista Investigium ire: Ciencias Sociales y Humanas con el texto **“Léxico disponible entre jóvenes y adultos sobre tecnologías de la información, comunicación y ciberlenguaje”**, el cual, después de pasar por una evaluación de pares externos, fue aceptado para ser publicado en el número V (noviembre de 2014).

Se expide a los catorce (14) días del mes de noviembre de 2014, en la ciudad de Pasto (Nariño- Colombia).

Atentamente,

Diana Cristina Córdoba Cely

Coeditora Revista INVESTIGIUM IRE: Ciencias Sociales y Humanas
 Indexada en Categoría "C" Publindex
 Institución Universitaria CESMAG - Vicerrectoría de Investigaciones
 Carrera 20 No. 14-54 San Juan de Pasto – Nariño - Colombia
 PBX: +577216535 Ext 256 FAX: +577212314
 Correo electrónico: revistainvestigaciones@iucsmag.edu.co
 Skype: investigium-ire

Carrera 20A 14-54 Teléfonos 721 65 35, 721 53 57 Fax 721 23 14

Email: goretti@iucsmag.edu.co , Web Site: www.iucsmag.edu.co

San Juan de Pasto – Nariño – Colombia – Sudamérica

Anexo B: Glosario de frases con más de cuatro palabras proporcionadas por los informantes

Jóvenes			
Frase	Sustitución	Informante	Centro de interés
Hacer bromas a mis amigas	bromas	JM05	C-2
Ir al rancho de mi papá	rancho	JM05	C- 2
Ponerle la cola al burro	burro	JM08	C-2
Enterarte de cosas curiosas en Internet	Cosas curiosas	JM19	C-2
Investigación en tareas o modos de comunicación	Investigar tareas	JM19	C-3
Contactar a tus viejos amigos o compañeros	Contactar amigos	JM19	C-3
Dos palabras cinco letras un sentimiento	palabras	JH28	C-4
El pulso de la república	El pulso	JH35	C-2

Adultos			
Frase	Sustitución	Informante	Centro de interés
Salir a un lugar diferente	Salir	AM04	C-2
Videos de mis artistas favoritos	Videos artistas	AM04	C-3
Novedades y tendencias de estilistas	Tendencias	AM04	C-3
Centros de juegos para niños	Centro de juegos	AM06	C-2
Programas de mejoramiento de casa	Programas	AM10	C-2
Juegos que te pongan a pensar	Retos	AM10	C-2
Búsqueda de artículos de entretenimiento	Búsqueda de artículos	AH29	C-3
Diversión y comunicación a diferentes personas	Diversión	AH29	C-3

Anexo C: Significado de emoticones

símbolos	significado	Símbolos	significado
:) =>	Feliz/contento	<3	Corazón
: (=(Triste /enfadado	:3 =3	Pena/humilde/puchero Chiveado
:<		</3	Desamor
(Y)	Manita	(yn)	Changuitos
:S	Perdón	.l.	Pene
:D	Sonrisa/Alegre	(=====D	Verga Métetelo Grosería/dedo
XD		o_o	Serio/ triste Sorpresa
n_n		m	Metal
ñ_ñ		(j)	Ninja
:'(Llorar / lagrimas	.{.	Persona
='(poop	Popó
T_T		B)	Nice
>:(Gruñón	(.)(.)	Chichis Bubis
:@	Enojado	*.*	Incrédulo
;)	Guiño	T.T	Triste
(/. \)	Pícaro	._.	Oh
^_^		(l)	Amor
:o	Sorprendido/asombrado/asustado	>:o	Molesto
=o		>.<	Chiveado
:/	Angustiado /serio/agüitado/ confundido	(y)	Bien/gustar
._.	Atónito / serio/oh	--	Serio
-..	Pensar	(emo)	Emo
://	Preocupado		
:P =P	Lengua/divertido		
:-	Beso		
_			
3:)	Diablo		
O:)	Ángel		
8-)	Lentes		
:X	Silencio		
o.O	Confundido		
:\$	Sonrojado/vergüenza/apenado		
	Golpeado		

Anexo E: Ficha técnica aplicada en jóvenes



Ficha técnica

(Jóvenes)

IMPORTANTE

- Este cuestionario se aplica con el fin de obtener información estadística que pueda contribuir al proyecto "Apropiación y significación que le otorgan los jóvenes y adultos al ciberlenguaje", el cual, se encuentra actualmente en desarrollo dentro del Doctorado en Ciencias Sociales y Humanidades, de la UAA.
- Ninguna de la información que se proporcione en este cuestionario será utilizada para otros fines y es totalmente confidencial.

Seudónimo: _____

1. Edad: _____

2. Sexo: Femenino ___ Masculino ___

3. Estado civil: Soltero(a) ___ Casado(a) ___ Separado(a) ___ Divorciado(a) ___ Unión libre ___

4. Semestre actual que cursa: _____

5. Ocupación actual del padre: _____

6. Ocupación actual de la madre: _____

7. Utiliza teléfono celular? Sí ___ No ___

8. Para qué utiliza más el celular?: llamadas ___ Mensajes de texto ___

9. Envía mensajes de texto a través del celular con frecuencia? Sí ___ No ___

10. Cuenta con computadora en casa: Sí ___ No ___

11. Cuenta con internet en casa: Sí ___ No ___

12. Tiene cuenta de correo electrónico? Sí ___ No ___

13. Cuantas horas promedio al día entra a internet? _____





14. Seleccione los dispositivos desde los cuales que se conecta regularmente a internet. (Puede seccionar más de una opción)

- Laptop
- Computadora de escritorio
- Smartphone
- Celular
- Consola de videojuegos
- Tablet
- Reproductor MP3
- Otro (especifique) _____

15. Habitualmente desde donde se conecta a internet? (Puede seccionar más de una opción)

- Casa
- Escuela
- Trabajo
- Acceso público
- Casa de amigos
- Café internet
- Otro (especifique) _____

16. Regularmente para que utiliza internet.

17. Sitios web que visita al menos una vez por semana. (Puede seccionar más de una opción)

- Leer noticias
- Hacer tareas
- Transacciones bancarias
- Comprar en línea
- Juegos en línea
- Ver ___ videos o tv en línea
- Escuchar radio en línea
- Descargar música y videos
- Buscar información
- Chatear/mensajes instantáneos
- Entra a redes sociales
- Enviar o revisar correos
- Enciclopedias en línea
- Blogs
- Otro (especifique): _____

18. Cuáles redes sociales utiliza con mayor frecuencia? (Puede seccionar más de una opción)

- Facebook
- Twitter
- MySpace
- Google+
- MetroFlog
- Sónico
- Blogger
- Linked in
- Tagged
- Badoo
- Hi5
- Flickr
- Fotolog
- YouTube
- Tuenti
- Otro (especifique) _____

19. ¿Qué actividades realiza con mayor frecuencia dentro de las redes sociales? (Puede seccionar más de una opción)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Leer mensajes instantáneos | <input type="checkbox"/> Compartir imágenes |
| <input type="checkbox"/> Publicar mensajes personales | <input type="checkbox"/> Buscar personas |
| <input type="checkbox"/> Subir fotos | <input type="checkbox"/> Ver fotos |
| <input type="checkbox"/> Actualizar tu estatus | <input type="checkbox"/> Ver las últimas noticias de tus contactos |
| <input type="checkbox"/> Participar en juegos | <input type="checkbox"/> Ver información personal de tus contactos |
| <input type="checkbox"/> Subir videos | Otro (especifique) _____ |
| <input type="checkbox"/> Hacer check-in en lugares visitados | |

20. ¿Utilizas emoticones para comunicarte?

- Sí No

20.1. ¿Qué tan frecuentemente utilizas emoticones?

- Poco Regular Mucho

20.2. ¿Comúnmente para que utilizas emoticones?

21. ¿En qué soportes utilizas emoticones? (Puede seccionar más de una opción)

- | | |
|--|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Correo electrónico | <input type="checkbox"/> Messenger |
| <input type="checkbox"/> Redes sociales | <input type="checkbox"/> Otro |
| <input type="checkbox"/> Mensajes de texto (celular) | (especifique) _____ |

22. ¿Con quién utilizas los emoticones? (Puede seccionar más de una opción)

- | | |
|-----------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> Amigos | <input type="checkbox"/> Maestros |
| <input type="checkbox"/> Hermanos | <input type="checkbox"/> Otro (especifique) _____ |
| <input type="checkbox"/> Padres | |

23. ¿Con qué frecuencia utilizas ciberlenguaje en tus conversaciones electrónicas?

- Nada Poco Regular Mucho

24. ¿En qué soportes utilizas el ciberlenguaje? (Puede seccionar más de una opción)

- | | |
|--|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Correo electrónico | <input type="checkbox"/> Messenger |
| <input type="checkbox"/> Redes sociales | <input type="checkbox"/> Otro |
| <input type="checkbox"/> Mensajes de texto (celular) | (especifique) _____ |



25.¿Con quién utilizas el ciberlenguaje? (Puede seccionar más de una opción)

___ Amigos

___ Maestros

___ Hermanos

___ Otro (especifique) _____

___ Padres

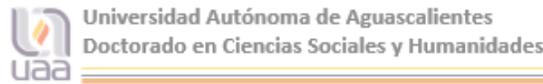
26.¿En qué otros lugares fuera de internet utiliza ciberlenguaje?

27.¿Cuál es su opinión respecto al uso del ciberlenguaje?

Gracias por tu colaboración!!!!!!



Anexo F: Ficha técnica aplicada en adultos



Ficha técnica

(Adultos)

IMPORTANTE

- Este cuestionario se aplica con el fin de obtener información estadística que pueda contribuir al proyecto "Apropiación y significación que le otorgan los jóvenes y adultos al ciberlenguaje", el cual, se encuentra actualmente en desarrollo dentro del Doctorado en Ciencias Sociales y Humanidades, de la UAA.
- Ninguna de la información que se proporcione en este cuestionario será utilizada para otros fines Y es totalmente confidencial.

Seudónimo: _____

1. Edad: _____

2. Sexo: Femenino ___ Masculino ___

3. Estado civil: Soltero(a) ___ Casado(a) ___ Separado(a) ___ Divorciado(a) ___ Unión libre ___

4. Ocupación actual _____

5. Utiliza teléfono celular? Sí ___ No ___

6. Para qué utiliza más el celular?: llamadas ___ Mensajes de texto ___

7. Envía mensajes de texto a través del celular con frecuencia? Sí ___ No ___

8. Cuenta con computadora en casa: Sí ___ No ___

9. Cuenta con internet en casa: Sí ___ No ___

10. Tiene cuenta de correo electrónico? Sí ___ No ___

11. Cuantas horas promedio al día entra a internet? _____





12. Seleccione los dispositivos desde los cuales que se conecta regularmente a internet. (Puede seccionar más de una opción)

- Laptop
- Computadora de escritorio
- Smartphone
- Celular
- Consola de videojuegos
- Tablet
- Reproductor MP3
- Otro (especifique) _____

13. Habitualmente desde donde se conecta a internet? (Puede seccionar más de una opción)

- Casa
- Escuela
- Trabajo
- Acceso público
- Casa de amigos
- Café internet
- Otro (especifique) _____

14. Regularmente para que utiliza internet.

15. Sitios web que visita al menos una vez por semana. (Puede seccionar más de una opción)

- Leer noticias
- Hacer tareas
- Transacciones bancarias
- Comprar en línea
- Juegos en línea
- Ver _____ videos o tv en línea
- Escuchar radio en línea
- Descargar música y videos
- Buscar información
- Chatear/mensajes instantáneos
- Entra a redes sociales
- Enviar o revisar correos
- Enciclopedias en línea
- Blogs
- Otro (especifique): _____

16. Cuáles redes sociales utiliza con mayor frecuencia? (Puede seccionar más de una opción)

- Facebook
- Twitter
- MySpace
- Google+
- MetroFlog
- Sónico
- Blogger
- Linked in
- Tagged
- Badoo
- Hi5
- Flickr
- Fotolog
- YouTube
- Tuenti
- Otro (especifique) _____



17. ¿Qué actividades realiza con mayor frecuencia dentro de las redes sociales? (Puede seccionar más de una opción)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Leer mensajes instantáneos | <input type="checkbox"/> Compartir imágenes |
| <input type="checkbox"/> Publicar mensajes personales | <input type="checkbox"/> Buscar personas |
| <input type="checkbox"/> Subir fotos | <input type="checkbox"/> Ver fotos |
| <input type="checkbox"/> Actualizar tu estatus | <input type="checkbox"/> Ver las últimas noticias de tus contactos |
| <input type="checkbox"/> Participar en juegos | <input type="checkbox"/> Ver información personal de tus contactos |
| <input type="checkbox"/> Subir videos | Otro (especifique) _____ |
| <input type="checkbox"/> Hacer check-in en lugares visitados | |

18. ¿Utilizas emoticones para comunicarte?

- Sí No

18.1. ¿Qué tan frecuentemente utilizas emoticones?

- Poco Regular Mucho

18.2. ¿Comúnmente para que utilizas emoticones?

19. ¿En qué soportes utilizas emoticones? (Puede seccionar más de una opción)

- | | |
|--|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Correo electrónico | <input type="checkbox"/> Messenger |
| <input type="checkbox"/> Redes sociales | <input type="checkbox"/> Otro |
| <input type="checkbox"/> Mensajes de texto (celular) | (especifique) _____ |

20. ¿Con quién utilizas los emoticones? (Puede seccionar más de una opción)

- | | |
|-----------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> Amigos | <input type="checkbox"/> Maestros |
| <input type="checkbox"/> Hermanos | <input type="checkbox"/> Otro (especifique) _____ |
| <input type="checkbox"/> Padres | |

21. ¿Con qué frecuencia utilizas ciberlenguaje en tus conversaciones electrónicas?

- Nada Poco Regular Mucho

22. ¿En qué soportes utilizas el ciberlenguaje? (Puede seccionar más de una opción)

- | | |
|--|-------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Correo electrónico | <input type="checkbox"/> Otro |
| <input type="checkbox"/> Redes sociales | (especifique) _____ |
| <input type="checkbox"/> Mensajes de texto (celular) | |
| <input type="checkbox"/> Messenger | |

23.¿Con quién utilizas el ciberlenguaje? (Puede seccionar más de una opción)

- | | |
|-----------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Amigos | <input type="checkbox"/> Maestros |
| <input type="checkbox"/> Hermanos | <input type="checkbox"/> Otro |
| <input type="checkbox"/> Padres | (especifique) _____ |

24.¿En qué otros lugares fuera de internet utiliza ciberlenguaje?

25.¿Cuál es su opinión respecto al uso del ciberlenguaje?

Gracias por su colaboración!!!

