

## LA COMUNICACIÓN DIGITAL: NUEVAS FORMAS DE LECTURA-ESCRITURA

**Estrella Martínez Rodrigo**, Profesora Doctora de Comunicación Audiovisual. Facultad de Comunicación y Documentación. Universidad de Granada. Campus de Cartuja, S/N. España.  
Correo electrónico: [emrodrigo@ugr.es](mailto:emrodrigo@ugr.es)

**Ana M<sup>a</sup> González Fernández**, Investigadora en Comunicación Audiovisual. Facultad de Comunicación y Documentación. Universidad de Granada. Campus de Cartuja, S/N. España.  
Correo electrónico: [dima@correo.ugr.es](mailto:dima@correo.ugr.es)

### Resumen

Las nuevas tecnologías revolucionan los modos de interrelación, especialmente de los jóvenes que han nacido en la era de Internet y de los dispositivos móviles. Desde que Sartori enunciara su concepto de “vídeo-niño”, algunos estudios empíricos refutan la pobreza intelectual de los nativos digitales, a pesar de que su producción escrita y comprensión lectora parece insuficiente. Analizamos aquí el lenguaje específico de los *chats* y *SMS*, manteniendo una visión global de los procesos tecnológicos y sociológicos que han derivado en las nuevas formas de lectura y escritura.

**Palabras clave:** comunicación, web 2.0, nativos digitales, hipertexto, lectura y escritura, TIC.

### 1. Introducción

Cada vez se hace más evidente el desarrollo de las nuevas tecnologías, así como su influencia en todos los ámbitos de la sociedad, y uno de los conceptos que sigue siendo más debatido es el de la brecha digital, entendida como la dificultad de acceso a las nuevas tecnologías por parte de algunos sectores de la población o en regiones del planeta más desfavorecidas.

Sin embargo, poco a poco, entre adultos y jóvenes se abre otra brecha basada en el uso que estos últimos hacen de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC); nos referimos a la brecha generacional, manifestada en los nuevos modos de relacionarse a través de

las TIC, que afectan tanto a las interacciones sociales de la juventud como a las diversas formas emergentes de comunicación. Estos recientes procesos comunicativos se establecen mediados por las pantallas digitales (móviles, ordenadores o PDA) y tienen lugar en entornos virtuales. Dichos espacios determinan, a su vez, unos usos de la lengua bastante característicos a la hora de codificar el mensaje (al escribir) y cuando se decodifica el mensaje recibido (al leer)

En este trabajo se hace una síntesis de esos usos explicando las implicaciones tecnológicas que han posibilitado estas formas de comunicación. Seguidamente, describimos las características de los jóvenes internautas –los denominados los nativos digitales–, considerando los aspectos sociológicos que han influido en la constitución de esta categoría o identidad social. Para terminar, se analizan las características del lenguaje en el hipertexto y cómo los jóvenes han ido adaptando la lengua –en este caso, la española– al ciberespacio.

La metodología empleada es descriptiva y analítica, pues se ha hecho una revisión del estado de la cuestión para construir un marco teórico a base de las investigaciones más recientes y destacadas sobre el tema que nos ocupa. Nuestro análisis es cualitativo.

## **2. Convergencia tecnológica: la web 2.0**

En el año 1995, Raúl Trejo Delarbre ganó el premio Fundesco de Ensayo con su libro sobre Internet *La nueva alfombra mágica*. En él escribía:

Salvo excepciones, la recepción de la información cibernética ocurre en un acto solitario. Nadie más: el usuario frente a su pantalla puede tener la sensación de que navega por el mundo, y en algún sentido así estará ocurriendo, pero ello podría ocurrir en el aislamiento personal más absoluto, con tal de que se cuente con el equipo de cómputo pertinente y una línea telefónica. (Trejo Delarbre, 1995, p. 66)

Efectivamente, el autor no se refería a la actual web 2.0, sino a su antecesora, que no estaba basada en la interacción de los usuarios salvo por envíos ocasionales de correos electrónicos. La transición de una a otra se empezó a producir en los años 2005-2006 aproximadamente y lejos de ser una estrategia publicitaria lanzada por empresas informáticas con claros intereses económicos en el desarrollo de la Red de Redes, la web 2.0 (bautizada así por el empresario Dale Dougherty, de la multinacional tecnológica O'Reilly Media) ha pasado a formar

parte de la vida cotidiana de millones de personas de todo el mundo: es el espacio donde intercambiar información, crear nuevos contenidos a medida de los internautas, establecer contactos, etc. En el informe *Web 2.0. El negocio de las redes sociales*, editado por la Fundación de la Innovación Bankinter, se explica del siguiente modo:

Gracias a las facilidades, evolución y gratuidad de tecnologías que antes eran inaccesibles para la mayoría de los usuarios, se están fomentando las redes sociales y la participación activa. El sitio web deja de ser un objetivo en sí mismo -el fin último de la interacción con el usuario-, para convertirse en una plataforma que posibilita la interrelación entre usuarios, miembros activos de una comunidad que comparte un interés o necesidad afín. Gracias a esto, el usuario tiene un papel activo: ya no sólo accede a la información, sino que además aporta contenidos y conocimiento. (2007, p. 21)

Por lo tanto, bajo unas circunstancias en las que la tecnología se desarrolla según las necesidades de sus miembros, los “usuarios-autistas” descritos por Delarbre, pasan a ser activos; la palabra clave es, pues, interactividad.

Las modernas conexiones a Internet nos han liberado de las eternas y, en ocasiones imposibles, llamadas de teléfono vía módem. Habría sido impensable la riqueza de contenidos que se encuentran en la red, fruto de la colaboración de todos los usuarios si, por ejemplo, el proceso de subida de archivos pesados de *podcasts*, vídeos o incluso fotos de gran calidad se tuviera que efectuar aún con los primitivos módems. Todos los tipos de conexión existentes proporcionan el ancho de banda suficiente para que la información, en cualquiera de los formatos multimedia antes mencionados, circule entre los ordenadores en red, y lo que es más, dentro del ciberespacio de la web 2.0, hay un gran número de servicios cuya versatilidad hace que los navegantes se conviertan en los gestores de contenidos, sin necesidad de conocer qué hay detrás de las interfaces que están manejando y sin el hándicap que supondría estar especializado en la arquitectura de computación en red. Estos novedosos servicios están basados en la *cloud computing* (“computación en nube”), denominada así porque los archivos y programas a los que se accede conectándonos a Internet están almacenados en servidores indeterminados, es decir, los documentos o archivos no están en nuestro ordenador, por lo que, independientemente de dónde nos hallemos, podremos acceder a ellos. Ejemplos de estas aplicaciones son Flickr, Del.ici.ous y todos los recursos de Google Apps. Los expertos señalan que esta tecnología podría acabar con

los dispositivos de almacenamiento de datos tradicionales (USB o discos duros), porque no hace falta llevar nuestros datos con nosotros.

Sin embargo, la accesibilidad a los contenidos de la red, radica también en el hecho de que no se necesita un ordenador de sobremesa para estar a tan solo un *click* de la información, ni siquiera hace falta un ordenador portátil: la red puede estar en nuestros propios bolsillos, en los dispositivos móviles. Los teléfonos móviles que empezaron siendo armatostes pesados ideados para recibir y hacer llamadas, son cada vez más ligeros y completos en lo que se refiere a prestaciones: desde los ya clásicos mensajes de texto, pasando por los servicios web típicos y correo electrónico hasta los “móviles con vida social” (según reza el eslogan publicitario) capaces de actualizar los contactos de las redes sociales a los que pertenezca el usuario. Así se recoge en el informe *Tecnologías móviles. Apertura y nuevos modelos de negocio*: “Los terminales han evolucionado a un ritmo vertiginoso en los últimos años: se ha pasado de unos modelos sencillos, que se limitaban a transmitir la voz, a pequeños ordenadores personales de bolsillo o *smartphones*” (2008, p. 49). Aunque la verdadera revolución de la telefonía móvil es mucho más simple que sus complejas prestaciones; ésta reside en que llamamos a personas concretas y no a la línea telefónica fija de una casa, algo que parece muy elemental pero que también ha dado lugar a una de las maneras más extendidas de comunicarse a través de los terminales móviles: los mensajes de texto o *SMS* (del inglés, *Short Message System*). Los mensajes de texto, enormemente utilizados entre los jóvenes comenzaron siendo, como veremos, los desencadenantes de nuevas formas de escritura.

En definitiva, sin este perfeccionamiento de las TIC, que posibilita la permanente conectividad, no se habría producido la “democratización” de Internet, el terreno de interacción social por excelencia de los nativos digitales.

### **3. Generación *net*: características de los nativos digitales**

Se denomina “nativos digitales” (generación red, generación digital o la generación del mensaje instantáneo) al grupo de jóvenes que han crecido acostumbrados al entorno digital de las nuevas tecnologías. En 2001, Mark Prensky acuñó este concepto, junto con su antónimo, “inmigrante digital”. Prensky es reconocido por sus aportaciones al campo educativo desde el área de la comunicación, centrándose en las ventajas de las NNTT como herramientas educativas a la medida de los nativos digitales, aquellos niños que, desde muy pequeños han estado

rodeados de ordenadores con Internet, videojuegos, teléfonos móviles, etc. y no conciben el mundo sin ellos. Esta condición no es algo meramente anecdótico, todo lo contrario, pues la exposición continua a estos medios ha causado que los nativos digitales usen la información, se comuniquen e interactúen de una manera diametralmente opuesta a la de anteriores generaciones, los inmigrantes digitales.

Lo más notable de los nativos digitales es cómo perciben el mundo y cómo se desenvuelven en él a partir de esta percepción. Es obvia la influencia de la gran cantidad de tiempo que pasan navegando por Internet y sustituyendo las relaciones interpersonales directas por interacciones mediadas por una pantalla digital, lo que condiciona su comportamiento y sus esquemas mentales. De ahí también, que el uso del lenguaje de los nativos digitales sea distinto, dado el contexto en el que se desarrollan como sujetos. Existen múltiples razones por las que los nativos digitales han llegado a preferir las interacciones digitales frente a las personales. Para Jukes y Dosaj (2006) el nuevo modelo familiar ha tenido mucho que ver: son frecuentes los hogares en los que ambos progenitores trabajan, lo cual redundaría en una falta de tiempo y dedicación a sus hijos; quienes han tenido en un primer momento a la pantalla de televisión como “niñera”, transcurridos unos años, adoptan la pantalla del ordenador como su principal forma de ocio:

Estos dispositivos se incrementan, la generación digital de hoy en día encuentra sus modelos de transmisión de roles y sus habilidades sociales en ellos. Sus habitaciones están llenas de gente, interacciones y aventuras que provienen de sus ordenadores, teléfonos y videojuegos. En consecuencia, esta generación se encuentra cómoda con relaciones virtuales como si fueran relaciones cara a cara. (Jukes y Dosaj, 2006, pp. 7-8)

Las relaciones en Internet acontecen en comunidades virtuales, en redes sociales, con la misma naturalidad que podrían darse en la cafetería del instituto o de la facultad. Las redes sociales y sus usuarios se han multiplicado vertiginosamente. El mejor ejemplo lo vemos en el informe *Web 2.0. El negocio de las redes sociales*, donde se indica que “unos 300.000 individuos se suman diariamente” en todo el mundo, hasta el punto de que se ha calculado que “este sistema de relaciones triplicará su número de miembros de aquí a 2011, año en el que alcanzará los 174 millones de usuarios” (2007, p. 29).

Existen para todos los gustos y perfiles, pero la que en España ha triunfado es Tuenti. Tuenti fue creada por un joven estudiante de intercambio americano, Zaryn Dentzel y, en un primer momento, su filosofía era ser un punto de encuentro para universitarios, pero la situación real es que en ella se dan encuentro jóvenes de todas las edades. Una posible causa del éxito de Tuenti es cómo se explotan las relaciones de amistad y de pertenencia a un grupo de personas que entran en contacto compartiendo fotos, comentarios, información personal, eventos, vídeos, etc. Tuenti supo, desde el principio, que los jóvenes querían entrar a ese grupo si se restringía el acceso y se ingresaba en la comunidad por medio de la invitación de otro miembro: su creador estaba imprimiéndole ese carácter de exclusividad que, por ejemplo, tienen las hermandades universitarias norteamericanas. En otras palabras, cualquier particularidad del trato cotidiano que tiene lugar entre jóvenes -quedar, comentar fotografías o salir de fiesta- puede ocurrir en la red gracias a la accesibilidad y celeridad que confieren las TIC. Las redes sociales son la representación de las relaciones sociales reales, pero pasadas por el filtro de lo que queremos mostrar (nuestras fotos o nuestros comentarios), es una idealización de lo que somos, lo que tenemos y lo que enseñamos a los demás en nuestro perfil.

Asimismo, la facilidad de estar casi en permanente contacto con sus amistades, de disponer instantáneamente de cualquier información o servicio, les ha dado una sensación de inmediatez que, en ocasiones, les hace impacientes y tecnológicamente dependientes porque desean y demandan una gratificación inmediata. Esa es una de las razones por las que resulta tan difícil que los niños y jóvenes lean: los videojuegos, la televisión e Internet son medios que les proporcionan una experiencia agradable inmediatamente y con poco esfuerzo, ello conlleva unas consecuencias cognitivas que han sido estudiadas en los últimos años.

#### **4. Estrategias de comprensión en el hipertexto**

El “video-niño” de Giovanni Sartori ha crecido y se ha convertido en un nativo digital con todas las implicaciones sociales que se han visto más arriba. No obstante, las diferencias cognitivas entre el “video-niño” y el nativo digital parecen ser bien distintas a la luz de determinadas investigaciones neuronales que han estudiado las estrategias de comprensión del texto en el hipertexto, y las habilidades mentales que los entornos multimedia potencian. Castillo escribe en “El lenguaje de la generación red”: “A pesar de que el concepto Multimedia está

fuertemente unido a la Convergencia Digital, hemos de reconocer que la comunicación digital es fundamentalmente comunicación textual” (Castillo, 2007).

Es necesario matizar y explicar que no se trata de comunicación textual, sino hipertextual, pues el hipertexto posee unas características diferenciadas del texto tradicional. En una acepción amplia, el hipertexto se define como: “un conjunto de documentos enlazados entre sí, lo que permite al usuario (e.g. lector) acceder de una sección de texto a otra fácilmente” (Salmerón, 2006). El autor de este trabajo reconoce que desde la psicolingüística se han construido modelos que explican procesos de comprensión de textos lineales aplicables también a los no lineales o hipertextos, pero añade que no todo ello es aplicable al hipertexto. Por ejemplo, este último incluye elementos audiovisuales hipermedia que ayudan a decodificar el mensaje textual y, en ocasiones, el hipermedia reemplaza completamente al texto escrito. Por otro lado, la selección del orden de lectura del texto es muy importante dada su no-linealidad; se permiten los saltos, el acceder a la información en el orden que el lector-internauta elija, lo que tiene que ver no solo con la lectura, sino también con procesos de búsqueda y almacenamiento memorístico de información. Las estrategias que un nativo digital pone en marcha a la hora de decodificar un hipertexto son muy variadas porque implica una percepción-comprensión audiovisual, a causa de los contenidos multimedia, y una toma de decisiones en lo que respecta al orden de la estructura de la información en donde la memoria es fundamental.

Los nativos digitales son multitarea, con estructuras neuronales específicas que los convierten en pensadores sofisticados, debido a que sus mentes se han desarrollado de manera paralela al hipertexto, es decir, de forma no lineal y basada en una cultura audiovisual:

Si esta combinación de medios está correctamente utilizada, contribuye al perfeccionamiento del proceso de aprendizaje y de comprensión al aproximarse algo más a la manera habitual en que los seres humanos nos comunicamos, es decir, utilizando varios sentidos para comprender un mismo objeto o concepto. (Calvo Revilla, 2002, p. 9)

Siguiendo la lógica de estos hallazgos, parece que se pone en tela de juicio los presupuestos teóricos de Sartori acerca de la pobreza intelectual de los niños educados en el “tele-ver”:

[...] es la televisión la que modifica primero, y fundamentalmente, la naturaleza misma de la comunicación, pues la traslada del contexto de la palabra (impresa o radiotransmitida) al contexto de la imagen. La diferencia es radical. La palabra es un “símbolo” que se resuelve en lo que significa, en lo que nos hace entender. Y entendemos la palabra sólo si podemos, es decir, si conocemos la lengua a la que pertenece; en caso contrario, es letra muerta, un signo o un sonido cualquiera. Por el contrario, la imagen es pura y simple representación visual (Sartori, 1997, p. 39)

Es necesario analizar los diversos estudios que se han centrado en el lenguaje y en la competencia lectora de los jóvenes.

## **5. Formas de lectura y escritura en los nativos digitales**

Hasta ahora se han ido desgranando los diferentes cambios, desde una perspectiva tecnológica, social y cognitiva, que han dado lugar a las características propias de esta nueva generación. Pasamos aquí a examinar el uso de la lengua en los contextos digitales y, para ello, empezamos abordando el tema refiriéndonos a la primera acepción que el diccionario de la Real Academia ofrece del término contexto: “entorno lingüístico del cual depende el sentido y el valor de una palabra, frase o fragmento considerados”. Por lo tanto, no podemos en ningún momento olvidarnos de que, en este entorno, existen una serie de particularidades, dentro de las cuales la principal es el registro coloquial o familiar del habla, ya que normalmente se establecen relaciones, por ejemplo, de amistad y cercanía, como ocurre en las redes sociales. Los registros lingüísticos permiten a los hablantes de una lengua expresarse de manera diferente según el contexto donde ocurra la comunicación y con quién se esté interactuando, de igual modo que un adulto puede mantener un diálogo informal con un colega del trabajo sin que las intervenciones de emisor y receptor sean del todo correctas lingüísticamente; basta con que las intervenciones de uno y otro sean coherentes y comunicativamente eficaces, tal y como se señala en las máximas del lingüista Grice, concretamente en el “principio de cooperación”: “haz tu contribución a la conversación conforme se requiere, en el nivel al que ocurre, aceptando el propósito o la dirección del intercambio comunicativo en el que se está inmerso” (Grice, 1975, pp. 165-175). En opinión de Levis, la expresión escrita en los medios digitales se fundamenta en que: “estos



modos de escritura buscan recrear la agilidad e informalidad de una charla entre amigos [...]. Una escritura no documental, efímera” (Levis, 2007). El caso opuesto lo encontramos en los *blogs*, cuya narración sí está planificada para que perdure, sabemos el tipo de información que nos vamos a encontrar, quién es el autor del mismo y, en consecuencia, su redacción está más cuidada:

En el chat no se controla la narración sino la interacción. La autoría es compartida, pues las sucesivas intervenciones de los interlocutores son las que construyen la continuidad del relato, que acostumbra a ser improvisado y sin aspiraciones estéticas, aunque no por ello insignificante. (Levis, 2007)

Las interacciones de las redes sociales y *chats* tienen un objetivo primordial lúdico y la comunicación tiene tintes muy personales al ser los usuarios amigos, de ahí se aprecian dos rasgos cruciales muy marcados en esta forma de comunicación, el humor y la identidad personal:

Por ello, los usuarios *necesitan*, en muchos casos, establecer con vehemencia los rasgos principales de su *persona* en estos espacios. En esta tarea, el humor juega un papel importante: ser *gracioso/-a* es una forma efectiva de conseguir ser *conocido/-a* y valorado en este entorno (aunque, por supuesto, no la única) (Mayans i Planells, 2002)

La aparente falta de corrección de la escritura en el *chat* o en los *SMS* se deduce de otro factor muy importante adelantado en el párrafo anterior: se están trasladando al registro escrito características típicas de un registro oral porque se intenta que la escritura sea lo más parecida posible a una conversación, en ocasiones, en tiempo real. Cuando los jóvenes dicen que *chatean* no se refieren a los chatos de vino, como solían hacer sus abuelos; este nuevo significado de “chatear” -aún no incluido en el Diccionario de la Real Academia- proviene de la expresión inglesa *to chat* que significa mantener una conversación coloquial o informal. No se usan las mismas expresiones en un *chat* que al escribir un correo electrónico, ya que éste último se asemeja más a una carta, en el sentido de que el receptor puede tardar más tiempo en responder, mientras que en el *chat* se demanda interacción y reciprocidad de igual forma que en una conversación “cara a cara”, casi simultáneamente. Así, los códigos escritos se han de aligerar, empleándose abreviaturas o contracciones y reduciéndose las palabras a una sola letra, a menudo,

sin ninguna vocal. Este fenómeno ocurre de manera parecida en la expresión oral de cualquier lengua, ya que el sistema lingüístico lo permite por el principio de economía: por ejemplo, la tendencia a la simplificación fonética en determinadas palabras que no afecta a la comprensión total del discurso:

En este saco caen la mayoría de las tildes, una buena parte de los signos de puntuación, muchas mayúsculas, la reducción a una sola consonante de algunos fonemas consonánticos que se escriben con dos letras ('c' o 'k' por 'qu', 'y' por 'll', 'x' por 'ch', etc.), y ese pequeño momento de reflexión para solventar cualquier duda ortográfica que pueda surgir sobre la marcha y que se traduce en el uso incorrecto de 'b' y 'v' o 'g' y 'j'. Esto, sólo por citar las más frecuentes (Mayans i Planells, 2002)

Además, los elementos suprasegmentales del discurso -exclamaciones, interrogaciones, el ritmo de los enunciados- más comunes también entre las personas de estas edades, se integran perfectamente en la comunicación, aunque no exista el sonido propiamente dicho de la voz, con lo que el significado que se pueda perder dada la economía lingüística del mensaje escrito en modo verbalizado se añade por medio de otras imágenes que son representaciones de sonidos. En la pantalla del ordenador no solo se utilizan los caracteres tipográficos de las letras, sino que, al encontrarnos en un entorno en el que prima la imagen, los rasgos fónicos también tienen su traducción en imágenes más o menos icónicas. Son los emoticonos, definidos por el diccionario en línea de la Real Academia (<http://buscon.rae.es/draeI/>) como la “representación de una expresión facial que se utiliza en mensajes electrónicos para aludir al estado de ánimo del remitente”, Los emoticonos representan gráficamente un estado de ánimo -alegría, sorpresa, euforia, emoción, tristeza, enfado, etc.-, pudiendo ser desde un simple *smiley*, (del inglés, *to smile*, sonreír, la archiconocida cara amarilla sonriente), hasta una animación con movimiento en formato *gif*:

Yus (2001) reflexiona acerca de las estrategias compensatorias que emplean los usuarios para sustituir la falta de información contextual, afirmando que los ‘emoticonos’ y la ‘acotación icónica’, son estrategias que operan como ‘pistas perceptivas’. Estas estrategias favorecen la comprensión del mensaje al posibilitar ‘la metarepresentación de las intenciones’ que generaron el enunciado (García Teske, 2009)

Los emoticonos en otras ocasiones cumplen la función de reproducir onomatopeyas: el sonido de la risa, ronquidos de sueño, gritos de sorpresa o temor, besos, etc. que pueden sustituir a las propias palabras. En contra de que, visto todo lo anterior, pueda apreciarse una total carencia de normas lingüísticas dadas las alteraciones morfológicas, léxicas y sintácticas -ausencia de oraciones complejas-, la lengua de los *chats* y *SMS* se está estandarizando ya que los usuarios aceptan y utilizan determinadas formas lingüísticas de las enumeradas más arriba, hasta el punto de que uno de los diccionarios más prestigiosos de la lengua inglesa y más popular entre los estudiantes de dicho idioma, el English Collins Cobuild, ha incorporado ciertas expresiones de los *SMS* en su corpus, así como la definición de dicho vocablo, lo que ha permitido también que, el alumnado de esta asignatura pueda aprender el inglés actual, lo que los jóvenes de hoy en día hablan, el uso específico que capacita a una persona para desenvolverse en cualquier contexto y situación comunicativa. En España, la Real Academia de la Lengua aún no ha recogido el léxico de estas nuevas formas de interacción digital, pero la Asociación de usuarios de Internet ha creado una página web en la que los propios internautas han ido recopilando los términos de los *SMS*, entre los que se incluyen los emoticonos más comunes usados en el móvil contruidos mediante los propios signos ortográficos.

Al mismo tiempo, existen otras normas relacionadas con la pragmática y que los nativos digitales han adoptado en sus interacciones en los foros de Internet. La pragmática está definida por la Real Academia Española de la Lengua como la “disciplina que estudia el lenguaje en su relación con los usuarios y las circunstancias de la comunicación”; no es extraño, pues, que incluso en un entorno tan aparentemente flexible, se pongan en juego ciertas reglas que articulen las intervenciones de los emisores/receptores, porque en el preciso momento que se produce un intercambio comunicativo entre una o más personas es necesaria cierta organización. En los *chats* públicos estas normas de cortesía o *netiquette* (Shea, 1994 en García Teske, 2009) están impuestas por el moderador del foro, mientras en los correos, conversaciones en el *Messenger* o en los tablonos públicos del Tuenti, son los propios usuarios y usuarias quienes las han ido asumiendo para hacer más eficaz y fluida la comunicación. Dentro de las *netiquettes* se suele establecer lo siguiente:

La primera regla, absolutamente básica es “No hagas nada que no quieras que te hagan”. Cuando entres en un canal nuevo sigue durante un rato las conversaciones para descubrir cuál es la temática. Respeta la temática del canal y utiliza un lenguaje apropiado.

Evita el uso de mayúsculas, ya que pueden interpretarse como gritos y enfados. Usa los smileys (emoticones) cuando sólo sea necesario. No escribir y enviar el mismo mensaje varias veces (flood) pues retrasa y demora el tiempo y fluidez en el envío de mensajes (lag). No enviar mensajes publicitarios (spam), puesto que tienen una función más comercial que comunicativa. No se deben enviar textos sin sentido lógico, pues se espera que todo mensaje tenga un contenido semántico (García Teske, 2009)

Estas etiquetas de cortesía en la red están asumidas por los internautas, hasta el punto de que, por ejemplo, las personas que comentan entradas (*posts*) de *blogs*, son muy críticos contra prácticas descorteses y, aquellos que no se avienen a las *netiquettes* son calificados en este argot como *trolls*.

Hasta ahora, se ha visto que el lenguaje de los *chats* traslada al entorno digital el registro coloquial e informal típico de la lengua oral utilizada entre amigos, debido a la inmediatez y simultaneidad de las interacciones, motivo por el cual, prima la economía lingüística. Sin embargo, en el lenguaje de los *SMS* no impera únicamente la economía lingüística, dado el reducido espacio de caracteres que un mensaje de texto admite, sino que también importa el coste económico: mandar mensajes sin faltas de ortografía, es decir, incluyendo las tildes o escribiendo las palabras completas, es más caro (De Domini, 2008). A esta conclusión ha llegado un informe corroborado por las propias compañías de telefonía móvil y la GSM Association, la asociación internacional de operadoras y compañías de este sector, que explican el motivo del encarecimiento porque el código alfabético en el que están programados algunos modelos de móviles, el GSM 3.38, no reconoce ciertos caracteres como “ñ”, tildes, diéresis o signos de interrogación al principio de la frase. Este código alfabético solo admite 128 caracteres, por lo que, si se incluyen otros que no tiene en su lista, se reconfigura al sistema Unicode con 160 caracteres: “El problema con Unicode es que el mensaje de texto se cobra por tres” (De Domini, 2008).

De cualquier forma, tal y como se ha expuesto a lo largo de este trabajo, el móvil y el ordenador son los medios más populares entre los nativos digitales para estar en contacto, la mayoría de las veces, a través del teclado. Según el semiólogo Paolo Fabbri (2000, en Betti, 2006), los nativos digitales han “encontrado de nuevo el placer de escribir. Y estos jóvenes, y no solamente ellos, seguirán escribiendo para sentirse menos solos [...] es una pequeña victoria de Gutenberg”. Aunque desde el punto de vista lingüístico normativo no es un uso totalmente

correcto y que, en demasiadas ocasiones: “Los escritos de los alumnos [...] están plagados de abreviaturas y de grafías fonéticas, más o menos disparatadas, que se han contagiado al examen o al trabajo del aula, procedentes del lenguaje del móvil o del chat” (Domínguez Cuesta, 2005, pp. 65-66). Esta interferencia negativa del lenguaje utilizado en *chats* y *SMS* se ha visto agravada por las críticas hacia las escasas competencias en la lectura de los jóvenes. Desde la publicación en el año 2000 del primer informe PISA (acrónimo del inglés *Programme for International Student Assessment*), el nivel de comprensión lectora de nuestros estudiantes no se ha dejado de debatir. Estos informes son parte del Programa para la Evaluación Internacional de Alumnos de los países pertenecientes a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo (OCDE), más otros estados asociados; se llevan a cabo cada tres años, centrándose en un área diferente del conocimiento que, se presume, un alumno de 15 años debe haber alcanzado a esa edad. Acerca de la competencia en lectura, PISA evalúa tres parámetros: obtención de información, interpretación de textos y reflexión y evaluación:

La obtención de información se define como la ubicación de uno o más fragmentos de información en un texto. La interpretación de textos se define como la construcción de significados y la generación de inferencias a partir de una o más secciones de un texto. La reflexión y evaluación se define como la capacidad de relacionar un texto con la experiencia, los conocimientos y las ideas propias. (2001, p. 38)

Para cada una de estas categorías se establecieron cinco niveles de dificultad, donde el nivel 5 es el más alto, y donde se sitúan, por tanto, los mejores resultados, mientras que el nivel 1 es el más bajo. España se encuentra en el puesto 18 entre los 31 países participantes. Si bien es cierto que España no sale muy bien parada de este primer informe relativo a la lectura, no tiene por qué establecerse una correlación negativa entre el uso de las TIC y la falta de comprensión lectora, como podría desprenderse de los postulados de Giovanni Sartori; de hecho, el mismo informe estudia otros factores como “el ambiente de aprendizaje y la organización de la enseñanza” o “el entorno familiar y el desempeño estudiantil” que sí inciden en los resultados del alumnado: “Los estudiantes de familias más ricas, tienen normalmente un mejor desempeño en cada ámbito evaluado que los alumnos de las familias menos ricas” (2001, p. 155).

Así pues, es difícil achacar toda la culpa a las NNTT, en primer lugar, porque en los países cuyos resultados los sitúan al principio de la gráfica, las TIC son igual de populares entre

sus jóvenes (o posiblemente más) que en España. En segundo lugar, tampoco se puede argumentar como único motivo que el empobrecimiento en la producción escrita y capacidad lectora de los nativos digitales sea el abuso de la comunicación digital, ya que, por un lado, el uso transgresor del idioma ha sido tradicionalmente una seña de identidad de los jóvenes, paradigma de pertenencia a un grupo de edad diferente que, por ende, utiliza un léxico críptico distinto al de los adultos; y por otro lado, como ya se ha visto en este epígrafe, las nuevas formas de lectoescritura están adaptadas al medio en el que se producen, al canal por el que se trasmite el mensaje, con lo que no se deben desligar de su contexto pragmático. En palabras de Domínguez Cuesta:

La escritura cuidada requiere reposo y reflexión. SMS y chats reflejan, sí, las consecuencias de la urgencia, de la ignorancia o desprecio por las normas, del reducido universo discursivo, de la edad de los usuarios, pero también reflejan imaginación, ingenio, capacidad de adaptación al medio y una concepción lúdica y vital del lenguaje. Nunca será signo de incultura adaptarse a las necesidades del vehículo comunicativo con originalidad e imaginación. Lo que siempre será empobrecedor es limitar el acceso a la comunicación a un solo canal y confundir los contextos en los que ésta se produce. En definitiva, lo que siempre será empobrecedor es no conocer o no querer conocer más escritura que ésta. (2005, p. 69)

El gran caballo de batalla de los profesionales docentes siempre ha sido inculcar a los discentes el placer por la lectura y escritura. Efectivamente, es empobrecedor ceñirse a un solo canal de expresión, en este caso *chats* y *SMS*, pero se puede aprovechar la popularidad de las NNTT entre los jóvenes para su integración en el aula como una estrategia didáctica útil, que palie las carencias en la lectura y escritura de los estudiantes, tal y como ya se está haciendo en diferentes centros, teniendo en cuenta los cambios tecnológicos y pedagógicos que implica el nuevo Espacio Europeo de Educación Superior (EEES)

## 6. Conclusiones

A lo largo de este trabajo se ha visto que, los nuevos medios digitales producen nuevos mensajes y nuevas formas de articular esos mensajes. La joven generación *net*, que ha crecido interactuando con esta tecnología, ha sabido adaptar el lenguaje a las particularidades de los

nuevos canales comunicativos, hecho que, como se ha visto con los *SMS* en inglés, no es aislado. Se deduce pues, que estos fenómenos lingüísticos son inherentes a las características del lenguaje, ya que las lenguas son entidades vivas, cambiantes según las circunstancias y los contextos en los que se utilizan. Por lo tanto, es crucial transmitir a los estudiantes la idea de que cada entorno o situación determina un registro del español, distinguiendo entre la escritura de un trabajo o examen y la que pueden hacer *chateando* con amigos.

Por otro lado, dadas las peculiaridades de los nativos digitales -impaciencia o tendencia a la búsqueda de gratificación instantánea-, los docentes deben intentar fomentar la lectura y escritura más allá de las limitadas realizaciones expresivas a las que las nuevas generaciones se suelen ceñir. Con este fin, las mismas herramientas tecnológicas y servicios digitales que los jóvenes manejan, se integran en el aula como aliados útiles de los profesores, quienes pueden aprovecharlas para que la lectura y escritura en estos medios se torne, de nerviosa a reposada y reflexiva, haciendo búsquedas activas de información en la web, redes sociales, leyendo y participando en *blogs* y foros educativos, etc. Y no debemos obviar que la inclusión de las TIC en la metodología docente, proporciona una formación integral en el alumnado porque le capacita para el mundo real, para la “sociedad red” (Castells, 2007) y para que sean conscientes de que las NNTT contienen la información necesaria que se adquiere en un aprendizaje a lo largo de la vida.

Finalmente, los profesores han de tener una actitud abierta y positiva hacia las TIC, siendo conscientes de que los nativos digitales han desarrollado habilidades que la escuela tradicional aún no está explotando y que en un futuro bastante próximo, la tecnología será el eje central a partir del cual se estructure el currículo, eso sí, siempre bajo la estricta supervisión de los docentes.

## 7. Bibliografía

BETTI, S. (2006). “La jerga juvenil de los SMS :-)”. *Cuadernos del Lazarillo*, 31, 68-76. Salamanca, España. [Disponible en red] Archivo del Observatorio para la CiberSociedad, Recuperado el 27 de noviembre de 2009, de <http://www.cibersociedad.net/archivo/articulo.php?art=226>

CALVO REVILLA, A. (2002). “Lectura y escritura en el hipertexto”. En *Espéculo. Revista de estudios literarios*. Universidad Complutense de Madrid. [Disponible en red]. Recuperado el día 27 de noviembre de 2009, de

<http://www.ucm.es/info/especulo/numero22/hipertex.html>

CASTELLS, M. (2007). *La transición a la sociedad Red*. Barcelona: Ariel

CASTILLO, A. (2007) “El lenguaje de la generación red”, en Sarmiento, R. y Vilches, F. (Coord.). (2007). *Neologismos y sociedad del conocimiento*. Madrid: Fundación Telefónica

DE DOMINI, G. (16 de abril de 2008). “Enviar un mensaje de texto sin faltas de ortografía es más caro”. En *Clarín.com*. [En línea] Recuperado el 27 de noviembre de 2009, de

<http://www.clarin.com/diario/2008/04/16/sociedad/s-03101.htm>

DOMÍNGUEZ CUESTA, C. (Febrero, 2005). “El lenguaje de los SMS y del chat en las aulas”. En *Cuadernos de pedagogía* 343. [Disponible en red]. Recuperado el día 27 de noviembre de 2009, de

[www.cuadernosdepedagogia.com/ver\\_pdf\\_free.asp?idArt=8870](http://www.cuadernosdepedagogia.com/ver_pdf_free.asp?idArt=8870)

FUMERO, A. y ROCA, G. (2007). *Web 2.0*. Fundación Orange España. [En línea] Recuperado el 27 de noviembre de 2009, de

[http://www.fundacionorange.es/areas/25\\_publicaciones/publi\\_253\\_11.asp](http://www.fundacionorange.es/areas/25_publicaciones/publi_253_11.asp)

GABELAS BARROSO, J. A. y MARTA LAZO, C. (2008). *Consumos y mediaciones de familias y pantallas. Nuevos modelos y propuestas de convivencia*. Zaragoza: Dirección General de Salud Pública del Gobierno de Aragón.

GARCÍA TESKE, E. (2009). “La cortesía en el habla de Internet”. En *Foros del IV Congreso de la Cibersociedad 2009*. Grupo de trabajo F-36: Uso cotidiano y compartido de Internet. [En línea] Recuperado el día 13 de diciembre de 2009, de:

<http://www.cibersociedad.net/congres2009/es/coms/la-cortesia-en-el-habla-de-internet/1052>



GRICE, H. P. (1975). "Logic and Conversation". En Martinich, A.P. (ed). *Philosophy of Language*. New York Oxford: University Press.

JUKES, I. y DOSAJ, A. (2006). "Understanding Digital Kids. Teaching and Learning in the new Digital Landscape". En *Educational Origami*. [Revista electrónica]. Recuperado el 11 de diciembre de 2009, de

<http://edorigami.wikispaces.com/Understanding+Digital+Children+-+Ian+Jukes>

LEVIS, D. (diciembre 2006, enero 2007). "'Hablar' con el teclado. El habla escrita del chat (y de otros mensajes escritos con computadoras y celulares)". En *Razón y palabra* 53. [Revista electrónica]. Recuperado el 13 de diciembre de 2009, de

<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n54/dlevis.html>

MAYANS I PLANELLS, J. (2002). "De la incorrección normativa en los chats." En *Revista de investigación Lingüística* 2(5), 101-116. [Disponible en red] Archivo del Observatorio para la CiberSociedad, Recuperado el 27 de noviembre de 2009, de

<http://www.cibersociedad.net/archivo/articulo.php?art=43>

MORENO PANIAGUA, A. (Dir.). (2001). *Conocimientos y aptitudes para la vida. Primeros resultados del programa internacional de evaluación de estudiantes (pisa) 2000 de la OCDE*. Méjico: Aula XXI. [En red]. Recuperado el día 9 de diciembre de 2009, de

[http://www.oecd.org/document/51/0,3343,en\\_32252351\\_32235731\\_39732595\\_1\\_1\\_1\\_1,00.html](http://www.oecd.org/document/51/0,3343,en_32252351_32235731_39732595_1_1_1_1,00.html)

PRENSKY, M. (2001). "Digital Natives, Digital Immigrants (parts I & II)". [En línea]. Recuperado el 14 de diciembre de 2009, de

<http://www.marcprensky.com/writing/default.asp>

PINTO MOLINA, M. y CORDÓN GARCÍA, J. A. (2008). *La Lectura Multimedia en las Bibliotecas Públicas Andaluzas: Diagnóstico y Análisis*. [En línea]. Recuperado el 1 de diciembre de 2009, de

[http://www.pactoandaluzporellibro.com/portal/index.php?option=com\\_content&task=view&id=201&Itemid=105](http://www.pactoandaluzporellibro.com/portal/index.php?option=com_content&task=view&id=201&Itemid=105)

SALMERÓN GONZÁLEZ, L. (2006). *Estrategias de comprensión de textos en hipertextos*.

Tesis doctoral de la Universidad de Granada. Cañadas Delgado, J. (Dir.). [En red] Recuperado el día 1 de diciembre de 2009, de:

[http://adrastea.ugr.es/search~S3\\*spl?/.b1609815/.b1609815/1,1,1,B/l856~b1609815&FF=&1,0,,1,0](http://adrastea.ugr.es/search~S3*spl?/.b1609815/.b1609815/1,1,1,B/l856~b1609815&FF=&1,0,,1,0)

SARTORI, G. (1997). *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Madrid: Taurus

TREJO DELARBRE, R. (1995). *La nueva alfombra mágica. Usos y mitos de Internet, la red de redes*. México: Fundesco-Diana

VV. AA. (2007). *Web 2.0. El negocio de las redes sociales*. Fundación de la Innovación Bankinter. [En red]. Recuperado el día 9 de octubre de 2009, de

[http://www.fundacionbankinter.org/system/documents/5996/original/8\\_web20\\_ES.pdf](http://www.fundacionbankinter.org/system/documents/5996/original/8_web20_ES.pdf)

VV. AA. (2008). *Tecnologías móviles. Apertura y nuevos modelos de negocio*. Fundación de la Innovación Bankinter. [En red]. Recuperado el día 9 de octubre de 2009, de

[http://www.fundacionbankinter.org/system/documents/5986/original/10\\_tecnologiasmoviles\\_ES.pdf](http://www.fundacionbankinter.org/system/documents/5986/original/10_tecnologiasmoviles_ES.pdf)