

Universidad San Carlos de Guatemala
Escuela de Formación de Profesores de Enseñanza Media



Los Mensajes de Texto y su Influencia en la Comunicación Escrita
(Estudio descriptivo realizado con estudiantes y docentes del sector público,
zona uno, ciudad capital)

Silvia Carolina Estrada Santizo

Asesora:

Licenciada Eva Galich Azmitia

Guatemala, noviembre 2011

Universidad San Carlos de Guatemala
Escuela de Formación de Profesores de Enseñanza Media



Los Mensajes de Texto y su Influencia en la Comunicación Escrita
(Estudio descriptivo realizado con estudiantes y docentes del sector público,
zona uno, ciudad capital)

Tesis presentada al Consejo Directivo de la Escuela de Formación
de Profesores de Enseñanza Media de la Universidad San Carlos de Guatemala

Silvia Carolina Estrada Santizo

Previo a conferírsele el grado académico de:

Licenciada en la Enseñanza del Idioma Español y la Literatura

Guatemala, noviembre 2011

Autoridades Generales:

Lic. Carlos Estuardo Gálvez Barrios	Rector Magnífico de la USAC
Dr. Carlos Guillermo Alvarado Cerezo	Secretario General de la USAC
Dr. Oscar Hugo López Rivas	Director de la EFPEM
Lic. Danilo López Pérez	Secretario Académico de la EFPEM

Consejo Directivo:

Lic. Saúl Duarte Beza	Representante de Profesores
Dr. Miguel Ángel Chacón Arroyo	Representante de Profesores
Lic. Atilano Franco Chacón	Representante de Profesionales Graduados
PEM. Brenda Marleny Mejía López	Representante de Estudiantes
Br. Juan Boanerge García	Representante de Estudiantes

Tribunal Examinador:

Espe. Zoila Concepción García de O.	Presidente
Dra. Geraldine Grajeda Bradna	Secretaria
Lic. Ovidio Alfonso Pivaral	Vocal



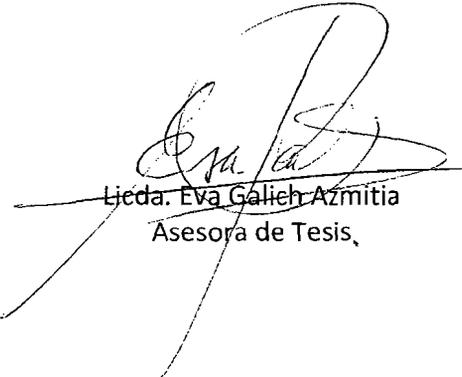
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE FORMACIÓN DE PROFESORES DE ENSEÑANZA MEDIA

Guatemala, 17 de junio de 2011

Dr. Miguel Ángel Chacón Arroyo
Coordinador Unidad de Investigación EFPEM

Atentamente hago de su conocimiento que en mi calidad de Asesora de Tesis de la estudiante **Silvia Carolina Estrada Santizo** con Número de Carné: **200416104**, notifico que ha cumplido con los lineamientos para la elaboración de su Informe de Investigación **"LOS MENSAJES DE TEXTO Y SU INFLUENCIA EN LA COMUNICACIÓN ESCRITA"**, por lo que, en cumplimiento de lo solicitado por su persona, emito el dictamen favorable respectivo, aprobándolo para que se continúe con el procedimiento administrativo correspondiente.

Atentamente,


Licda. Eva Galich Azmitia
Asesora de Tesis,

Eva Galich Azmitia
Licda Lengua y Literatura
Colegiado 8,550

c/copia archivo

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE FORMACIÓN DE PROFESORES DE ENSEÑANZA MEDIA
RECEBIDO
17 JUN. 2011
A LAS 11:50 HRS. *RF* MTS

1022



Guatemala, 22 de octubre de 2011

Dr. Miguel Ángel Chacón Arroyo
Coordinador Unidad de Investigación EFPEM-

Estimado Doctor:

El Comité de Revisión de Tesis conformado por el Lic. José Enrique Cortez Sic, Lic. Jesús Heriberto Cano Arreaga y Lic. Ovidio Alfonso Pivaral, nombrados por esta Secretaría para revisar la tesis de graduación de la estudiante: Silvia Carolina Estrada Santizo, carné No. 200416104, titulada "LOS MENSAJES DE TEXTO Y SU INFLUENCIA EN LA COMUNICACIÓN ESCRITO", Se permite comunicar lo siguiente.

Que la estudiante Estrada Santizo, ha completado a satisfacción de este Comité todos los requisitos solicitados en su oportunidad y que por consiguiente este comité recomienda que se continúe el procedimiento adecuado y se le fije fecha para el examen privado en el cual deberá defender el contenido de su tesis.

Atentamente,

Lic. José Enrique Cortés Sic.
Revisor de Metodología

Lic. Ovidio Alfonso Pivaral
Revisor de Contenido

Lic. Heriberto Cano
Revisor de Estilo

c/copia archiv

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE FORMACIÓN DE PROFESORES DE ENSEÑANZA MEDIA
- Unidad de Investigación -
RECIBIDO
24 OCT. 2011
A LAS 17:05 H.



El infrascrito Secretario Académico de la Escuela de Formación de Profesores de enseñanza Media de la Universidad de San Carlos de Guatemala

CONSIDERANDO

Que el trabajo de graduación denominado. “*Los mensajes de texto y su influencia en la comunicación escrita*” de la estudiante *Silvia Carolina Estrada Santizo*, carné No. 200416104 de la carrera Licenciatura en la Enseñanza del Idioma Español y la Literatura, ha dictaminado favorablemente sobre el mismo, por este medio

AUTORIZA

La impresión de la tesis indicada, debiendo para ello proceder conforme el normativo correspondiente.

Dado en la ciudad de Guatemala a los diecisiete días del mes de febrero del año dos mil doce.

“ID YENSEÑAD A TODOS”

Lic. Danilo López Pérez
Secretario Académico EFPEM



c.c. Archivo

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a quienes me apoyaron desde el principio de mi carrera, a aquellos que confiaron en mí y no se apartaron de mi lado para brindarme palabras de fortaleza y esperanza.

A Dios: por permitirme lograr mis metas y darme valor para seguir adelante y no claudicar.

A mi hijo Joseph Steven: por ser el mejor regalo que Dios me ha dado, por brindarme su amor, y su alegría.

A mi esposo Axel Ramiro: por ser una fortaleza en mi vida, por su comprensión, apoyo y cariño, por ser tan paciente conmigo y por creer en mí.

A mis padres: Silvia de Estrada y Félix Estrada: por haberme dado la vida, sus consejos, sabiduría, ayuda y por ser un buen ejemplo.

A mis hermanos: Oswaldo, Arnoldo y Mónica, porque mi vida no sería la misma sin ustedes.

A mis sobrinos: Fernando, Ángel, Helena y Andrea: porque su alegría me llena de vida y me hace querer ser una mejor persona y un ejemplo para ustedes.

A mis compañeras y compañeros de la Universidad de San Carlos y del Instituto María Luisa Samayoa Lanuza.

A la memoria de mi Abuelita Julia: porque siempre fue cariñosa con sus nietos y los recuerdos nunca nos abandonan.

AGRADECIMIENTOS

A los Licenciados y Licenciadas de la EFPEM: todos me han brindado sus conocimientos, y sus enseñanzas han sido el ejemplo a seguir, hoy puedo decir que seré una “Buena Licenciada” porque he tenido a los Mejores Catedráticos que existen.

A mi Asesora de Tesis: Licenciada Eva Galich Azmitia, por su paciencia, consejos y apoyo, porque aunque estuviera ocupada, siempre tenía un momento para mí.

A mis Revisores de Tesis: Lic. Ovidio Pivaral, Lic. Heriberto Cano, Lic. Enrique Cortez, gracias por su dedicación, esmero, por su tiempo y sus conocimientos.

Al Doctor Miguel Ángel Chacón: por brindarme palabras de fortaleza en los momentos en que lo necesitaba, por sus conocimientos y atención, porque no sólo es un excelente coordinador de Investigación, también es una gran persona.

A la Doctora Geraldine Grajeda: gracias por su ayuda y por su asesoría.

A los Licenciados: Concepción García, Miguel Melgar, Adalberto Castillo, Plinio Cortez y Marta Celia Escobar: porque sus enseñanzas me han servido de mucho durante este proceso.

A los Licenciados Saúl Duarte y Danilo López: por su cariño sincero y su amistad, por brindarme siempre una sonrisa y palabras de ánimo.

Al Doctor Oscar Hugo López Rivas: por dirigir esta escuela con dedicación y esmero, especialmente por habernos impartido el Curso de Seminario; el cual fue mi base para elaborar este trabajo.

A todo el personal de EFPEM: especialmente a Flor de María y a Vivi, porque sin su labor diaria, lograr nuestras metas como estudiantes, sería aún más difícil.

ÍNDICE

	PÁGINA
INTRODUCCIÓN	1
1. Antecedentes del problema	5
2. Planteamiento y definición del problema.....	11
2.1. Planteamiento	11
2.2. Definición.....	13
3. Objetivos.....	14
3.1. Objetivo general	14
3.2. Objetivos específicos.....	14
4. Justificación	15
5. Tipo de investigación	18
6. Variables.....	19
7. Metodología.....	21
8. Población.....	23
9. Fundamentación Teórica	24
9.1 Definición de comunicación	24
9.2 Comunicación como base de la sociedad.....	26
9.2.1. Método de interpretación funcionalista	26
9.2.2. Método de interpretación estructuralista.....	27
9.2.3. Método de interpretación marxista	28
9.3. El proceso de comunicación	29
9.4. Competencias comunicativas	30
9.5. El signo	32
9.5.1. El signo lingüístico	33
9.5.2. El significante.....	35
9.5.3. El significado.....	35
9.6. Elementos de comunicación	36
9.6.1. El emisor	36
9.6.2. El receptor.....	37
9.6.3. El mensaje	37
9.6.4. El código	39
9.6.5. El contexto	40
9.6.6. El canal	40
9.7. Tipos de comunicación.....	43
9.7.1. Comunicación escrita	44

9.7.1.1.	Escritura manual	46
9.7.1.2.	Escritura digital	49
9.7.2.	Comunicación oral	49
9.7.2.1.	Los códigos prosódico.....	51
9.7.2.2.	Código kinésico	51
9.7.2.3.	Código proxémico	51
9.7.3.	Comunicación iconográfica	52
9.8.	Comunicación y sociedad electrónica.....	53
9.9.	Teléfono celular	59
9.10.	Empresas telefónicas	61
9.11.	Los mensajes de texto.....	63
9.11.1.	Mensajes de texto de internet a teléfono móvil.....	76
9.11.2.	Lenguaje utilizado en los mensajes de texto	76
9.11.3.	Normas del lenguaje sms.....	78
9.11.4.	Las abreviaturas.....	80
9.11.5.	Las siglas.....	81
9.11.6.	Los emoticones.....	81
9.11.7.	Diccionario de mensajes de texto.....	83
9.12.	Las NTIC y las nuevas formas de lenguaje utilizadas en los mensajes de texto.....	86
10.	Resultados.....	89
10.1.	Mensajes de texto de celular.....	90

TABLA-GRÁFICOS

10.1.1.	Mensajes de texto enviados por los estudiantes en un día.....	90
10.1.2.	Tipo de escritura que prefieren utilizar los estudiantes para elaborar los mensajes de texto	91
10.1.3.	Código que prefieren utilizar, los estudiantes, para elaborar mensajes de texto.....	92
10.1.4.	Modalidad de escritura que prefieren utilizar los estudiantes para estructurar frases u oraciones	93
10.1.5.	Uso de signos de puntuación en las oraciones que escriben los estudiantes en los mensajes de texto	94
10.1.6.	Alumnos que utilizan signos de interrogación en las preguntas de los mensajes de texto	95
10.1.7.	Signos más utilizados por los estudiantes en la escritura de los sms	96
10.1.8.	Emoticones más usados en lo sms.....	97

10.2. Proceso de comunicación escrita.....	98
--	----

TABLA-GRÁFICOS

10.2.1. Dato estadístico de maestros que consideran que los estudiantes utilizan celular sin su permiso	98
10.2.2. Repercusión de los mensajes de texto, en la escritura Manual de los estudiantes según los docentes.....	99
10.2.3. Áreas del lenguaje en que repercuten los mensajes de texto, según los docentes	100
10.2.4. Repercusión de los mensajes de texto en la lectura	101
10.2.5. Medios escritos en que los docentes han observado el uso del Lenguaje de sms, además de celular e internet	102
10.2.6. Docentes que opinan que las reglas propias de los mensajes de texto, son trasladadas a la escritura manual	103
10.2.7. Relación que tienen los estudiantes con las personas que más se comunican por sms	104
10.2.8. Medio más utilizado, por los estudiantes, para enviar mensajes de texto a celular	106
10.2.9. Nivel de comprensión de los mensajes de texto recibidos por los estudiantes	107
10.2.10. Uso del código de mensaje de texto, en la escritura manual de los estudiantes	108
11. Discusión y Análisis de resultados	109
CONCLUSIONES.....	116
RECOMENDACIONES	118
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	120
ANEXOS	128
- Encuesta a estudiantes sujetos de estudio	129
- Encuesta a docentes... ..	133

INTRODUCCIÓN

Las nuevas tecnologías de comunicación e información permiten que las personas se relacionen rápida y económicamente; es el caso del teléfono celular, que según lo menciona Menéndez (2009:1), se ha convertido en una herramienta básica para muchos y es considerado como el medio de comunicación más adquirido y utilizado, en la historia de las comunicaciones.

Actualmente, los mensajes de texto enviados por teléfono móvil producen grandes ganancias a empresas, comercios y servicios, pero no sólo se visualizan progresos económicos, pues también se generan problemas lingüísticos, debido al código que los jóvenes han creado para comunicarse entre sí.

Utilizan el teclado del teléfono para elaborar y enviar palabras incomprensibles para muchos, en las cuales se mezclan números, letras y signos matemáticos o auxiliares, además de reducir a siglas y abreviaturas frases o palabras, según necesidad de uso. Esto, debido al espacio disponible para elaborar el mensaje, ya que los teléfonos convencionales sólo permiten escribir 160 caracteres, incluyendo espacios en blanco, lo que impide que el emisor amplíe lo suficiente la información que desea transmitir, pues cada mensaje enviado equivale a un gasto económico y de tiempo, por lo que los jóvenes (la mayoría de usuarios de este nuevo código son personas entre los 15 y los 29 años) han optado, como lo indica Taquini (2010: 22), por: escribir de manera abreviada, sustituir letras por números, o palabras por íconos, conocidos como *emoticones*, imágenes creadas utilizando signos de puntuación y auxiliares y que, al girar la cabeza, se observan figuras que representan un gesto facial o corporal; y por transformar, cada vez que

se puede, el lenguaje escrito como hasta ahora era conocido, por uno nuevo en pro de la brevedad y la economía.

El presente estudio se enfoca en el fenómeno conocido como lenguaje “sms”, que es, en cierta medida, imitación del habla cotidiana, el cual surge a raíz del auge que han tenido los mensajes de texto, y que en los últimos años ha generado controversia entre los estudiosos de la lengua, docentes y comunicadores, porque, como lo muestran los antecedentes, esta escritura no sólo se usa en el teléfono móvil; también se está utilizando en cualquier medio escrito como cuadernos, pruebas, carteles, etc.

Es por ello que en este estudio se analiza el nivel de incidencia del lenguaje sms en la expresión escrita de los jóvenes de 15 a 19 años, en edad escolar, en que las personas son proclives a adoptar las modas que provienen de otros países (forma de vestir, hablar, comportarse) y a utilizar la tecnología de manera inmoderada, como lo demuestran los resultados de la investigación.

Para determinar dicha influencia se realizó una investigación con diseño descriptivo, que permitió detallar cómo se manifiesta el fenómeno en los estudiantes del ciclo básico, sector público de la zona uno, de la ciudad capital, que se encuentran inscritos en tercer grado, y que utilizan el teléfono celular para comunicarse por mensajes de texto. Además de los estudiantes, también colaboraron respondiendo un cuestionario, los docentes que imparten diversos cursos en el mismo grado, y con ello se obtuvo la información requerida.

Todo ello con el objetivo de evaluar la incidencia de este código en otros medios escritos, así como determinar en qué soportes se está utilizando el lenguaje sms, y cuáles son los signos más utilizados así como su significado, con la finalidad de poder coadyuvar al mejoramiento de la comunicación de los jóvenes entre sí, con las personas que les rodean y con quienes se relacionarán en un futuro laboral.

Considerando la comunicación como la base de la sociedad, los elementos que en ella intervienen deben relacionarse de acuerdo con normas de convivencia y criterios establecidos por la cultura, la tradición y la época. Al respecto, Lomas (33:33) indica que si bien es cierto que la tecnología propicia que el intercambio de información sea más ágil y oportuno para todas las personas, también es evidente que se está haciendo mal uso de algunos medios de comunicación masiva (radio, televisión y prensa), pues incitan al uso desmedido de los mismos, para beneficio de quienes los controlan.

En el caso particular del teléfono celular, como se pudo comprobar, con la aplicación del instrumento tipo encuesta, el mismo se está utilizando desmesuradamente para enviar mensajes de texto, en los cuales se omiten reglas ortográficas, de redacción, de gramática; es decir, de escritura en general, no sólo la empleada en los celulares, sino en cualquier espacio en que los jóvenes escriban.

Los estudiantes encuestados respondieron que esta nueva forma de escritura es una moda, que facilita su comunicación entre compañeros, no así entre los adultos y ellos, ya que, según opinan los catedráticos, en lugar de comunicarse mejor, los estudiantes están olvidando el uso de las reglas ortográficas y de redacción, lo que interfiere en su comunicación con las personas adultas.

Para ellos, las reglas de escritura no son necesarias, ya que entre sí entienden lo que escriben en los mensajes de texto, y al momento de escribir a mano, sobre cualquier otro soporte, prefieren usar este código, ya sea porque les es más fácil, o porque lo confunden con la escritura establecida.

Es por ello que los maestros, lingüistas, comunicadores y educadores en general, deben considerar los riesgos que trae consigo este nuevo código, y

analizar los daños que se podría ocasionar al idioma español si no se hace énfasis en la diferencia que existe entre el uso de un código y otro, pues es necesario motivar al manejo correcto del idioma, para que éste no se distorsione.

1. Antecedentes del problema

- Menéndez Flores, A. M. (2009) Telefonía Móvil o Celular y cambio social en Centro América y el Caribe, Tesis Doctoral, Facultad de Ciencias Políticas y Sociología, Universidad de Salamanca, España, diseño exploratorio, la cual aplica el método descriptivo, población: siete regiones de Centro América y El Caribe, muestra: mil cuatrocientas personas, distribuidas en siete países. Principales hallazgos: quienes más utilizan el teléfono celular son los jóvenes y los niños, y es en Guatemala donde más se presentan situaciones de violencia asociadas a este uso; los teléfonos celulares están ocasionando daños en el medio ambiente, en la salud de las personas, accidentes automovilísticos y ha generado cambios en las relaciones interpersonales y familiares de los usuarios, así como en el lenguaje escrito, pues el lenguaje sms, está afectando la escritura de los jóvenes (ya se cuenta con diccionarios de mensajes de texto), aunque entre sus aspectos positivos se encuentran: mejores oportunidades de adquirir empleo y el sentimiento de compañía de los usuarios y para estar a la moda.

- González Kish, J. G. (2009) Códigos de comunicación escrita que se utilizan en el messenger por los y las estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, Tesis de Licenciatura, Escuela de Ciencias de la Comunicación, Universidad de San Carlos de Guatemala, estudio descriptivo, método: observación, aplicación de instrumentos tipo encuesta. Población: los y las estudiantes de la carrera Técnico en Publicidad, de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad San Carlos de Guatemala, muestra: 18 estudiantes del

segundo semestre, 16 estudiantes del cuarto y del sexto semestre, 50 estudiantes, resultados: 35% de los encuestados prefiere utilizar los emoticones, un 32% tiene inclinación por utilizar abreviaturas, su preferencia a la elaboración de estos códigos en messenger se debe a la necesidad de enviar mensajes de manera rápida, al bajo costo y porque es una moda. Recomendaciones: que los códigos de mensajería instantánea no se utilicen en la comunicación formal, evitar que se vuelva costumbre y que se afecte la ortografía, utilizar códigos conocidos por el emisor y el receptor.

- Montoya Guzmán, J. O. (2009) Investigación de Campo y Análisis estadístico sobre el uso e impacto de los teléfonos celulares en la Universidad Católica de Occidente, investigación de campo que contó con una población de 3,250 estudiantes de la Universidad Católica de Occidente. Muestra: 388 estudiantes, principales hallazgos: el teléfono celular y los servicios que presta, se ha vuelto para el 70% de los estudiantes encuestados, una herramienta útil e indispensable, aunque la misma cantidad manifiesta que el gasto es elevado, es decir que la tarifa que paga no es justa, el 40% reporta que lo utiliza para comunicarse con la familia.

- Serrano Cuevas, Y. Y. y Pérez Rojas, E. (2006), Impacto de los mensajes de texto en el uso del lenguaje escrito: en los alumnos de 8vo. y 9no. grado de la U.E. Colegio Nuestra Señora de Fátima, Trabajo de Memoria de Grado, Licenciatura en Educación Mención Letras de la Facultad de Humanidades y Educación, Universidad de los Andes, Mérida, España, investigación descriptiva, población: total de alumnos de 8vo y 9no grado, muestra: 40 estudiantes, metodología: aplicación de instrumentos para observar la escritura de los estudiantes tanto en un ejercicio de prueba como en el instrumento denominado pantalla del

celular, el cual tenía por objetivo determinar cómo escriben los mensajes de texto en el celular, y la aplicación de una encuesta para determinar los conocimientos previos que se tenían del tema. Entre los principales hallazgos: el 92% de los alumnos sabe qué es un sms, el 75% opina que está surgiendo un nuevo lenguaje tecnológico que ahora utilizan de manera inconsciente, se ha vuelto una costumbre pues es fácil, rápido, ahorran dinero y está de moda. Recomendaciones: captar la atención de los alumnos para preservar y mejorar el idioma español y sus normas.

- Saenz Hernández, R. J. (2006) Incidencia de los Mensajes de texto en las competencias lingüísticas de los hablantes del español en México, Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Universidad Nacional Autónoma de México. Investigación exploratoria con un abordaje descriptivo-explicativo, la cual utiliza el método estructuralista de los textos literarios y no literarios, se observan los textos de 10 personas que interactúan enviando y recibiendo mensajes de texto de celular, quienes fueron escogidos de la población total de usuarios de mensajes de texto por celular. Resultados: los textos cuentan con linealidad y estructura estable, por lo que se facilita la lectura y comprensión de los mismos. La mayoría de mensajes fueron de tipo afectivo y para solicitar favores o concertar encuentros, éstos abundan en coloquialismos y anglicismos, en ellos el estilo es informal, se eliminan letras, no sólo por ahorrar dinero sino por “desgano en las competencias lingüísticas”.
- Junco R. y Cotten Sh. (2011) ¿Una década de distracción?, ¿Cómo afectan, las multitareas, los resultados académicos de los alumnos?, Ponencia presentada en Oxford Internet Institute, Universidad de Oxford, Reino Unido, Inglaterra. Estudio Descriptivo- correlacional. Población total: 3,866 estudiantes residentes en Estados Unidos, de instituciones públicas, muestra: 1774 estudiantes que respondieron a encuestas estructuradas vía internet, utilizando sus cuentas de correo

electrónico patrocinadas por la Universidad de Oxford. Resultados: 52% de los encuestados responde que mientras realiza tareas, envía mensajes de texto o bien realiza otra actividad de socialización por internet, un 32% de ellos son estudiantes del primer año universitario, lo que conlleva a que tengan un bajo rendimiento académico. El 23% de ellos utiliza el correo electrónico, 18% utiliza el internet para buscar información, a estos estudiantes, según el análisis correlacional, les favorece realizar tareas múltiples, sus calificaciones son mejores. Esto debido a la diferencia de uso, pues las primeras se utilizan para socializar, mientras que las últimas para investigar y ampliar información de los temas de estudio.

- Andrade Hidalgo, L. (2008) Los SMS: nuevas formas de interacción juvenil, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), Tesis de Maestría, Programa de Comunicación, Quito, Ecuador, Investigación de tipo relacional, que utiliza la investigación cualitativa y cuantitativa. Población: 428,000 jóvenes entre 14 y 20 años, todos habitantes de la Ciudad de Quito, muestra: 400 jóvenes con quienes se realizó la técnica de grupos focales y a quienes se les efectuó una entrevista y posteriormente una encuesta, también participaron padres de familia y maestros para ampliar la información. Entre los principales hallazgos: los jóvenes encuestados opinan que el teléfono celular es parte de ellos, pueden personalizarlo, ellos crean un nuevo lenguaje para diferenciarse del resto de la sociedad, los une entre sí como miembros de un grupo y los aparta de los adultos, este código que se encuentra entre el lenguaje oral y escrito, en él se eliminan signos de puntuación, letras y se agregan íconos o smileys, el estilo es informal, utiliza palabras cotidianas. El teléfono celular se ha convertido en un producto de consumo cultural, más que todo demandado por los jóvenes y la respuesta del mercado es crear más y más objetos para decorar o personalizar el celular.

- Vela Delfa, C. (2006) El Correo Electrónico: El nacimiento de un nuevo género, Facultad de Filología, Departamento de Lengua Española y Teoría de la Literatura Comparada, Universidad Complutense de Madrid, España. Tipo de trabajo: Memoria para optar al grado de doctor, estudio comparativo y descriptivo que por medio de la observación y el análisis de un corpus de mensajes de correos electrónicos, se establece la creación de un nuevo género discursivo, a raíz del cual surgen otros modelos textuales como el sms. Sujetos de estudio: los mensajes enviados a través de correos electrónicos y la interacción verbal que en ellos surge. Metodología: Comparar varios mensajes electrónicos entre sí y con otros géneros discursivos para establecer si las características de los primeros se comparan con algún género existente, entre ellos la carta, o si está surgiendo un nuevo género lingüístico. Resultados: en estos mensajes se utilizan los recursos tipográficos y gráficos que ofrece el medio, utilizar mayúsculas para indicar gritos, puntos suspensivos para marcar emoción, utilizar emoticonos, en ambos casos la comunicación interpersonal que se establece sustituye la sensación de soledad, relación que se establece de manera fácil y rápida. El género surgido en el correo electrónico es similar al género epistolar aunque con las variaciones de lenguaje: supresión de algunas vocales, pues se prefiere la reducción del mensaje y no la corrección del mismo, por lo que no se cuida de las normas ortográficas, ni cohesión propio de un lenguaje escrito adecuadamente.

- Ruiz Mafé, C., Sanz Blas, S., Tavera Mesías, J.F., Hernández Fernández, A., (2008) Aceptación de los Mensajes SMS en países con bajas tasas de penetración. Un análisis de los usuarios de Medellín, Colombia, Estudio de mercado, descriptivo, realizado con el objetivo de analizar la motivación de las personas, hacia el envío de mensajes de

texto para participar en programas televisivos en Colombia. Población: usuarios entre 14 y 30 años, muestra 249 usuarios, a través de entrevistas personales con cuestionarios estructurados. Resultados: Las personas que ven programas televisivos de concursos, participan activamente sí se les solicita que envíen mensajes de texto, debido a que influyen de manera positiva sobre la formación de actitudes, compatible al entretenimiento que proporcionan los programas televisivos. La actitud y las normas subjetivas inciden directa y positivamente en la intención de enviar mensajes de texto, las elevadas tasas de penetración y uso de los teléfonos celulares en la mayoría de países ha favorecido el desarrollo de estrategias de marketing. Los mensajes de texto de celular han facilitado la interacción entre personas y entre empresas y consumidores. Dicho consumo puede ser explicado porque la cultura latina es sumamente colectiva, y la influencia de terceras personas sobre las intenciones tiene una gran importancia.

2. Planteamiento y definición del problema

2.1. Planteamiento

En la actualidad la comunicación está sufriendo cambios notorios y significativos, como lo expresa Dobkin (18: 275), las nuevas tecnologías de la comunicación han evolucionado y los medios modernos están adquiriendo gran importancia; esto conlleva a que las personas cambien la forma de transmitir sus ideas, pues “los medios y los conceptos reestructuran nuestra sociedad”.

La forma de escritura de muchos jóvenes, como se pudo comprobar con los resultados de esta investigación, es una muestra de estos cambios. La comunicación escrita se está distorsionando; los mensajes transmitidos son cada vez más confusos; en ellos se eliminan vocales, se cambian letras por números o se sustituyen palabras y frases por dibujos. Son notorios los errores ortográficos, la redacción incorrecta de textos y la pobreza de vocabulario.

Según lo escrito por Sánchez Lobato (2007: 27,28), la escritura correcta debe cumplir con normas estipuladas por las academias y escuelas dedicadas al estudio de la lengua española, por ejemplo, la Real Academia Española, o tratados como la Gramática de la Lengua Castellana, tanto la de Antonio de Nebrija como la de Andrés Bello. Sánchez explica que el español culto es el que permite el acercamiento de todos los hispanohablantes, posibilita una comunicación adecuada, sin importar edades, estratos o escolaridad; es el idioma de comunicación social.

Sin embargo, la redacción de los jóvenes, pertenecientes a la nueva generación, no presenta ninguna normativa. Los textos son escritos con palabras

abreviadas e incluyendo símbolos, que reproducen la oralidad, y en ella la variante coloquial.

Existen diversos factores que influyen en la escritura incorrecta de las palabras: la adopción de extranjerismos, la falta de hábitos de estudio y de lectura, la masificación de los medios de comunicación, el uso inadecuado de las nuevas tecnologías de comunicación e información, mencionando entre ellas el teléfono celular, el internet y sus modalidades de chat, correo electrónico, foros, etc.

Cada vez son más los tipos de comunicación que se utilizan en la sociedad; los colores, las formas, los íconos y las palabras alteradas se están volviendo comunes entre las personas de la nueva generación, como lo menciona la enciclopedia Wikipedia (2011: s/p), es este el caso de la escritura de los mensajes de texto, que ha originado un nuevo lenguaje abreviado, debido al espacio disponible para crear un mensaje, el cual es muy reducido (un máximo de 160 caracteres).

También menciona que surgen siglas como: “tkm”, en vez de “te quiero mucho”, y palabras que incluyen números en su estructura, debido al nombre de estos, tal es el caso de “to2”, en sustitución de “todos”, o bien por su parecido con las letras que sustituyen. También se puede notar la omisión de vocales como en la palabra “qdms”, en lugar de “quedamos”.

Este fenómeno se observa a nivel mundial, y en vista de que no existen normas que restrinjan las abreviaturas, cada vez son más variados los cambios de escritura; aunque se han editado diccionarios que guían a los usuarios del sistema de mensajería, para entender este nuevo sistema de signos, esta ayuda no es suficiente, pues los cambios en la escritura se dan de manera constante e irregular.

Daniel Muñoz (2003: 16) apunta que no es difícil identificar grupos de personas que se comunican con palabras e íconos que, tanto en los mensajes de texto como en mensajes multimedia, son utilizados por la velocidad y practicidad

requeridas para tal efecto, pero que muchas veces, al momento de ser usados en la escritura manual, o bien en los mismos mensajes de texto, impiden al receptor la comprensión de la idea que se pretende transmitir; y no sólo la comunicación se ve afectada, sino la educación en su totalidad, pues como se mencionó en el foro “No aguanto a tus hijos” (2008: s/p), creado para que se compartan opiniones acerca de temas que conciernen a los padres, el nuevo lenguaje de los mensajes de texto empobrece enormemente las posibilidades de desarrollo de quien los utiliza, lo cual está provocando analfabetismo en niños y jóvenes de ciertas edades.

Carlos Interiano (2003: 10) indica: La comunicación es el hecho de transmitir y recibir un mensaje que después será respondido, pero ¿qué sucede si este mensaje no es decodificado por los receptores?, pues simplemente la comunicación no está cumpliendo su propósito.

2.2. Definición del problema

Este estudio se orienta a determinar cómo los mensajes de texto distorsionan la comunicación escrita.

El problema fue investigado en los estudiantes de los planteles educativos del sector público, zona uno de la ciudad Capital: Instituto Nacional Educación Básica, María Luisa Samayoa Lanuza, Instituto Rafael Aqueche, Instituto Normal Central para Varones, Instituto Normal Centro América (INCA), e Instituto para Señoritas Belén; con la colaboración de los docentes que imparten diferentes cursos, en tercer grado básico, del nivel medio, quienes también respondieron una encuesta.

La investigación se llevó a cabo durante los meses de abril y mayo del presente año (2011), considerando como sujetos de estudio a cuatrocientos setenta y tres alumnos de tercer grado básico y cuarenta y nueve docentes de los distintos planteles educativos.

3. Objetivos

3.1. Objetivo general

Coadyuvar al mejoramiento de la comunicación escrita entre los jóvenes sujetos de estudio, las personas con quienes se relacionan y a la sociedad en general, por medio de la implementación de la guía didáctica para la escritura correcta del idioma español (Contra el lenguaje sms, en la comunicación formal).

3.2. Objetivos específicos

- Determinar la incidencia del lenguaje de los mensajes de texto, en los diferentes espacios de comunicación escrita.
- Establecer en qué soportes comunicativos se utilizan las abreviaturas, siglas, palabras distorsionadas e íconos (propios del lenguaje sms), en lugar de la escritura correcta.
- Identificar los signos utilizados en este tipo de comunicación y sus significados.
- Elaborar una guía para orientar la escritura correcta del idioma español.

4. Justificación

Según Antonio Paoli (2007: 11, 12), la comunicación, entendida como un acto de relación entre dos o más sujetos, mediante el cual se evoca un significado común, es la base para la vida en sociedad, y cuando este significado no es común al emisor y al receptor, debido a la falta de experiencias similares, el mensaje no es percibido y, por ende, la comunicación no es funcional. Si el significante no es reconocido por el receptor, éste no podrá decodificar el mensaje, es decir, no representará ningún significado.

En las últimas décadas se ha evidenciado un cambio en la forma de comunicación humana, debido a la inclusión de la tecnología en casi todos los campos sociales; el teléfono, la radio, la televisión y los satélites de comunicaciones han transformado la forma de comunicarnos; ahora las personas se comunican de manera instantánea desde cualquier parte del mundo.

Los jóvenes, en la actualidad, utilizan constantemente medios de comunicación tales como: celulares, computadoras y palms, que sirven para enviar y recibir mensajes de textos, entre otras utilidades, lo que provoca el surgimiento de un tipo de comunicación consistente en palabras inconclusas, o que no cuentan con todas las letras que deben poseer, así como el cambio de palabras por íconos. George A. Miller, citado por Albert Silverstein (1985: 13), en el capítulo “Psicología, lenguaje y niveles de comunicación”, indica que con el objetivo de comunicarse a través de las computadoras, se inventó todo un sistema nuevo de lenguajes artificiales; a su vez, comenta que, tanto sociólogos como sicólogos, gramáticos y filósofos, están colocando el lenguaje y la comunicación como las principales preocupaciones del presente siglo.

La “Sociedad Electrónica” como la llama Bethami Dobkin (2003: 275), desarrollada desde principios del siglo XX, está viviendo un cambio en los medios y tipos de comunicación a los cuales se había acostumbrado; los periódicos y las revistas ya no son los medios más consultados; aunque todavía se escriben notas personales, apuntes, relatos, cartas, utilizando lapicero y papel, la cultura digital nos ha cautivado, y las nuevas generaciones están dejando por un lado estas formas de comunicación.

Se necesita investigar estos cambios, para determinar el influjo positivo o negativo que pueden ocasionar a la sociedad y al idioma español en particular.

Es importante que se formulen propuestas para prevenir que un significado no pueda ser decodificado por los receptores, o que se pierda en su totalidad la escritura manual.

El objetivo primordial de la comunicación, como lo menciona Camacho, Camparán y otros (2004: 11, 12) debe ser el entendimiento del mensaje transmitido al compartir algo, pues es un fenómeno inherente a la relación que los seres vivos mantienen cuando se encuentran en grupo. Por ello, se deben analizar las ventajas y desventajas que existen al hacer uso de un tipo de comunicación que surge según Lorente (2002: 12), por la velocidad y practicidad en que transmitimos mensajes a quienes nos rodean.

Docentes e investigadores que se interesen por la comunicación y por el idioma español, podrán utilizar este estudio para informar acerca de la importancia de significantes comunes, así como realizar investigaciones posteriores que determinen los alcances del fenómeno que se observa. Quienes se encargan de la comunicación: periodistas, escritores y docentes de lenguaje, pueden hacer uso de la presente investigación para determinar si la era digital realmente facilita el intercambio de mensajes, tomando en cuenta la velocidad, la facilidad, así como el alcance y la eficacia de la información, o si, por el contrario, se están perdiendo las

costumbres, el folklore, los sueños y las características específicas de cada cultura en el mundo, pues nos estamos transformando en una “Aldea global” frase acuñada por Marshall McLuhan (1989: 8, 9).

Con este cambio de cultura surgen distintas formas de comunicación, así como variaciones en los medios, lo que provoca incertidumbre, ya que no se sabe con certeza respecto de cuál es el futuro que nos espera.

Si analizamos la escritura como un tipo de comunicación que debe ser transmitido por algún medio, ya sea una hoja de papel, un periódico o un espacio virtual, debemos preguntarnos por la función de los medios y si, como lo indica Ketz (2007: 21), citado por Paoli, la función primordial de los medios de comunicación es: llevar información a la mayoría de personas posible, que pertenezcan a distintos estratos, edades y clases sociales, lo cual permite que nunca se quede en minorías; es por ello que el fenómeno que se observa requirió ser estudiado para prevenir que se pormenore la importancia de la comunicación escrita y los medios utilizados para transmitirla.

La actitud y el comportamiento de los estudiantes que han sido influidos por el efecto de los medios y las nuevas formas de comunicación, pueden analizarse a profundidad si se considera la importancia de la teoría que aquí se presenta, pues los medios y las formas de comunicarnos pueden reforzar comportamientos y creencias ya existentes; además de generar cambios en lo que las personas piensan y hacen.

5. Tipo de investigación

Tomando como base los objetivos planteados, este estudio posee un diseño descriptivo: se demuestra cómo está cambiando la escritura, debido al uso de mensajes de texto, elaborados en aparatos tales como los celulares.

Se describe un fenómeno social, en el que no sólo los estudiantes están inmersos, el cual es comunicativo y se enmarca dentro de un contexto tecnológico y educativo.

Los aspectos tecnológicos son considerados, al observar el uso y funcionamiento de los medios de comunicación (celulares, computadoras, palms, entre otros, que se utilizan para enviar mensajes de texto), los aspectos educativos, pues el fenómeno se percibe más en los jóvenes de edades escolares que en adultos, y corresponde a los educadores, como lo menciona Hernández y Miraflores (s/f: 1-3), ayudar a prevenir que el lenguaje involucre y que la comunicación se deteriore aún más; asimismo los aspectos lingüísticos, la ortografía, gramática, redacción, sintaxis, lexicología, fonología; en fin, todas las áreas del lenguaje son amenazadas con el surgimiento de este código.

En esta tesis se caracteriza el tipo de comunicación emergente por los mensajes de texto, así como los elementos de la comunicación que interfieren en dicho proceso; en este caso, los estudiantes juegan un papel fundamental, los medios de comunicación (celulares, computadoras y diversos escritos) y los códigos utilizados para transmitir sus mensajes.

Se observan los significados y los significantes que cada alumno infiere de la realidad en que se encuentra, las características de los mensajes de texto y mensajes escritos.

6. Variables

VARIABLE	DEFINICIÓN TEÓRICA	DEFINICIÓN OPERATIVA	INDICADORES	TÉCNICAS	INSTRUMENTOS
Mensajes de texto de celular.	<p>Mensajes de texto: Son mensajes cortos que se envían y reciben por medio de teléfonos celulares.</p> <p>Son sistemas de intercambio de mensajes entre dos teléfonos móviles.</p>	<p>Para fines de esta investigación, un mensaje de texto se define como un conjunto de palabras, en su mayoría abreviadas o inconclusas, debido al espacio reducido para su conformación que es enviado y recibido de un teléfono celular a otro, o bien de un servidor de internet a un teléfono móvil.</p>	<p>Frecuencia de uso de mensajes de texto.</p> <p>Escritura completa e incompleta de las palabras</p> <p>Cambio de palabras por íconos.</p> <p>Utilización de siglas por palabras.</p> <p>Empleo de signos de puntuación.</p> <p>Uso de signos de interrogación,</p> <p>Utilización de signos auxiliares,</p> <p>Actitud hacia la correcta escritura de las palabras.</p> <p>Importancia de la escritura correcta de las palabras.</p>	<p>Conversaciones informales.</p> <p>Fichaje.</p> <p>Encuesta.</p>	<p>Fichas bibliográficas.</p> <p>Listas de cotejo.</p> <p>Escalas de rango.</p> <p>Cuestionario con: preguntas abiertas, preguntas cerradas y opción múltiple.</p>

<p>Proceso de comunicación escrita</p>	<p>Proceso mediante el cual se transmite información de una entidad a otra.</p> <p>En el proceso comunicativo la información es enviada por el <i>emisor</i> utilizando un código que es canalizado hacia el <i>receptor</i> a través del medio. Una vez recibido, el <i>receptor</i> decodifica el mensaje y proporciona una respuesta.</p>	<p>Para fines de esta investigación, el proceso de comunicación escrita se entenderá como la conformación adecuada de un mensaje escrito, tomando en consideración la estructura gramatical, la ortografía de las palabras y la correcta grafía, para que sea recibido sin complicaciones y la respuesta sea la esperada.</p>	<p>Frecuencia con que se comunica con el código de los mensajes de texto.</p> <p>Personas con quienes más se comunica.</p> <p>Mensajes más comunes.</p> <p>Medios utilizados.</p> <p>Entendimiento de los mensajes.</p> <p>Tiempo que se requiere para decodificar un mensaje.</p>	<p>Fichaje, Observación, Encuesta,</p>	<p>Fichas de observación.</p> <p>Fichas bibliográficas.</p> <p>Listas de cotejo.</p> <p>Escalas de rango.</p> <p>Cuestionario con: preguntas abiertas, preguntas cerradas y opción múltiple.</p>
--	--	---	--	--	--

7. Metodología

En este estudio se utilizaron los métodos inductivo y deductivo. La investigación posee un diseño descriptivo transversal, con el propósito que profesionales interesados en el tema reevalúen el fenómeno, para determinar los cambios que podrían generarse en la escritura.

El método inductivo facilitó la especificación de los aspectos en que están influyendo los mensajes de texto en la escritura de los jóvenes que, luego, se generalizó a todos los jóvenes que oscilen entre las edades de 14 a 25 años.

El método deductivo permitió inferir, deducir e interpretar los resultados que se obtuvieron de las observaciones y encuestas aplicadas.

Técnicas utilizadas: Observación directa, entrevistas informales, encuesta guía para establecer la cantidad de cuestionarios a reproducir, prueba piloto y encuesta aplicada a la población total, así como a los docentes que imparten clases a los estudiantes.

Instrumentos: cuestionarios con preguntas abiertas y cerradas, aplicados a los estudiantes y a los docentes.

Para el desarrollo total de la investigación se procedió de la siguiente manera:

1. Diagnóstico acerca del tema.
2. Organización y planificación de la investigación.
3. Análisis de estudios previos.
4. Análisis de teoría pertinente.
5. Elaboración de una encuesta guía para determinar cuántos estudiantes se comunican por medio de mensajes de texto de celular.
6. Construcción del instrumento "tipo encuesta".
7. Aplicación de prueba piloto a un grupo de estudiantes del colegio Siglo Veintiuno (no eran parte de la población).
8. Ajustes y corrección del cuestionario.
9. Trámite de permisos para desarrollar la investigación con estudiantes y docentes de las instituciones que fueron escogidas para el estudio.
10. Presentación del proyecto de investigación a las autoridades de los planteles sujetos al estudio.
11. Identificación de la población, por medio de preguntas orales a secretarías, directores y catedráticos auxiliares, quienes proporcionaron los datos requeridos.
12. Aplicación de la encuesta-guía a los estudiantes, para establecer cuántos de ellos se comunican por mensajes de texto de celular.
13. Aplicación de la encuesta formal a estudiantes y docentes.
14. Tabulación de la información obtenida.
15. Interpretación de los resultados.
16. Presentación de los datos.
17. Sesiones de consulta y orientación con asesora.
18. Elaboración del informe final.
19. Revisión de: contenido, metodología y redacción del informe final.
20. Presentación de Informe final.

8. Población

- Se tomó en cuenta a cuatrocientos setenta y tres estudiantes de tercer grado del ciclo básico, sector público de la zona uno, ciudad Capital, que poseen celular y se comunican constantemente a través de él, haciendo uso de los mensajes de texto.
- Catedráticos de los distintos cursos impartidos en tercer grado de los mismos establecimientos educativos.

<u>Establecimiento</u>	<u>Estudiantes</u>	<u>Observaciones</u>
• Instituto Normal Rafael Aqueche	22	Ambos sexos
• Instituto Normal Central para Varones	21	Alumnos
• Instituto para señoritas Ma. Luisa Samayoa	138	Alumnas
• Instituto Normal para Señoritas Centro América	174	"
• Instituto Normal para señoritas Belén	118	"
TOTAL:.....	473	

<u>Establecimiento</u>	<u>Catedráticos(as)</u>	<u>Observaciones</u>
• Instituto Normal Rafael Aqueche	9	Ambos sexos
• Instituto Normal Central para Varones	10	"
• Instituto para señoritas Ma. Luisa Samayoa	10	"
• Instituto Normal para Señoritas Centro Americano	11	"
• Instituto Normal para señoritas Belén	9	"
TOTAL.....	49	"

9. Fundamentación Teórica

9.1. Definición de comunicación

Etimológicamente, como lo muestra Bolaños (1999: 20), la palabra comunicación deriva del latín *cummunicatio*, que a su vez, proviene de la palabra “communis”, constituida por “cum” (con) y de “munis” (deberes, vínculos). Palabras como: comunión, participación, comulgar, provienen de *communicatio*, con lo que se infiere que la comunicación comprende una variedad de ideas.

Interiano (2003: 9) considera la comunicación como “fenómeno de interacción social”, pues las personas necesitan relacionarse entre sí y con sus instituciones por medio de algún tipo de comunicación, lo que viene a convertirse en el alimento de la sociedad, la cual ha permitido el desarrollo de los campos tecnológico, científico, cultural y demás; también la define como cualquier señal, desde la más antigua, hasta la más sofisticada, capaz de comunicar algo. Según Interiano, proviene del latín *comunicare*, que significa poner en común.

Para Alvizúrez Palma (1987: 22), es la acción de compartir mensajes entre un destinador y un destinatario; o como lo define Dobkin (2003: 7), es el proceso mediante el cual se crean y comparten significados utilizando algún código común.

Camacho, Camparán y otros (2004: 11, 12), definen la comunicación como la facultad que las personas poseen para expresar sus sentimientos e ideas abstractas a otros seres humanos, lo que los diferencia de los animales irracionales. Es un estado inherente a la persona, pues los seres humanos se sienten más completos cuanto más comuniquen, y es este objetivo el que le ha permitido a la humanidad traspasar los obstáculos de tiempo y espacio para mantenerse comunicada.

El proceso de la comunicación se puede entender como arte y como ciencia. Como arte, porque es intencional, y la forma de comunicarnos es motivada; aunque, en algún momento, todos hemos tenido que responder a mensajes no esperados. Como ciencia, siempre requiere de análisis y estudios.

La comunicación, como proceso intencional, considera que el mensaje resulta más claro y el resultado más eficaz, si se tiene obviamente, la intención de comunicar.

También es simbólica, pues los códigos que utilizamos para comunicarnos, ya sean gestos, señas, palabras, etc, son símbolos, utilizados luego del acuerdo al que han llegado los comunicadores.

Asimismo, es considerada, como una disciplina, merced a que requiere de estudiosos dedicados a perfeccionar el arte de comunicarnos e influir en los demás. Actualmente es muy popular, pues se está analizando cómo ésta (la comunicación) interviene en los cambios sociales.

Schannon y Weaver, citados por Paoli (2007: 13), definen la comunicación como una herramienta de interacción; por medio de ella continúa viva la sociedad, porque las personas se relacionan para vivir en armonía, y como lo plantea Benveniste (6: 56, 57), el lenguaje sólo es factible en los humanos.

Otra condición la constituye el sentido, para adquirir estatuto lingüístico, al analizar palabras o textos, éstos deben poseer sentido, aunque sus componentes (fonemas o morfemas) por sí solos no lo posean pero que al unirse formen un signo articulado. El sentido de las palabras les permite integrarse en una unidad superior (frase u oración).

9.2. Comunicación como base de la sociedad

Hernández Póveda (2004: 6) define la comunicación como un “acto dinámico” en el cual, tanto emisores como receptores, se encuentran con sus experiencias, conocimientos, ideas, formas de pensar y de ser; por ello, los comunicadores deben comprender las estructuras mentales de ambos elementos de la comunicación.

Según Antonio Paoli (2007: 22, 23), la comunicación es un proceso dependiente de una sociedad concreta; en ella toma sus bases y cambia gracias a ella; conserva las relaciones entre personas y entre grupos y países; norma los cambios y mantiene la estabilidad de manera tolerante.

Surge como una necesidad de convivencia entre personas, cohesiona y conforma la sociedad. Desde esta perspectiva sociológica, Paoli analiza la comunicación considerando tres posturas: el funcionalismo, el estructuralismo y el marxismo.

9.2.1. Método de interpretación funcionalista

Como señala Paoli (2007: 19, 20), el funcionalismo se dedica al estudio de las instituciones, los medios de comunicación y las funciones que estos deben cumplir en pro de las relaciones sociales. Entre ellas, cubrir necesidades para que realmente logren su cometido.

La comunicación debe buscar el equilibrio y la autorregulación; al surgir nuevos recursos, se busca resolver problemas creados por la evolución de la sociedad, que cambia día con día.

Los seres humanos se interrelacionan para mantener viva la sociedad; si alguien no cumple su función específica y de manera continua, la sociedad sufre el problema; lo mismo sucede con las instituciones que prestan servicios: si una falla toda la sociedad sucumbe.

Investigadores de los Estados Unidos de Norte América, tratan de establecer la manera en que las naciones se pueden comunicar para relacionarse mejor y vivir en paz; aunque algunas teorías funcionalistas, como las planteadas por Lewis Coser y Max Gluckman, consideran el conflicto como algo necesario para que se llegue al cambio y al equilibrio.

9.2.2. Método de interpretación estructuralista

Para Interiano (2001: 16), el estructuralismo es una corriente de análisis dedicada a estudiar los medios de comunicación dentro de sociedades específicas, sus efectos, consecuencias y relaciones con las personas. Observa las estructuras internas de los medios y su relación de oposición y afinidad, lo cual crea un estado de equilibrio entre sus elementos.

Mientras que Paoli (2007: 33-36) considera esta corriente desde varias perspectivas: referente al aspecto semántico, se entiende la estructura como la relación de oposición, o bien, la relación que existe entre los elementos de una sociedad que pueden ser comparados con los elementos de un relato, los cuales se repiten en distintos relatos pertenecientes al mismo género. Dichos elementos están organizados socialmente; cada uno recibe el nombre de "actante", y viene a ser un tipo de persona u objeto que cumple determinada función.

Una estructura tipo es aquella en que siempre se representan papeles iguales (buenos, malos, indefensos, etc.) Es decir: la relación existente entre un conjunto de "categorías abstractas" y cómo se comparan con las

relaciones sociales (modelos de la sociedad, a través de los cuales se nos comunica un mensaje).

Los estructuralistas buscan la conformación de modelos que expliquen la estructura de la sociedad y su comunicación. asimismo, analizan el cambio del lenguaje dependiendo del momento histórico estudiado.

9.2.3. Método de interpretación marxista

Comprende un método práctico. Según Paoli (2007: 47-62) proviene del método científico y se enfoca en la clase social proletaria, la que debe desalienarse y entender su situación de clase, para denunciar los verdaderos procesos de producción.

En la comunicación, según se analiza desde el punto de vista del marxismo, juega un papel fundamental la ideología y la idea de totalidad, la cual considera que el todo predomina sobre las partes, pues todo funciona en conjunto. Es así como “la unidad hace la fuerza”.

El contexto social está determinado por las relaciones de producción, de distribución y de consumo. Las relaciones sociales están marcadas por los intereses de clases dominantes; es por ello que la teoría marxista de la comunicación refuerza su ideología y muestra la realidad de las relaciones de producción.

Interiano (2001: 17), por su parte, analiza la relación entre los medios masivos y la estructura y superestructura de la sociedad, y la denomina: “materialismo dialéctico”, que, desde una perspectiva de producción, observa las relaciones económicas, políticas e ideológicas (en cuanto a la estructura) y de los medios con las instituciones, la religión, el arte, la educación, etc. (en cuanto a la superestructura).

Desde este punto de vista, los medios de comunicación también funcionan como medios de producción, elementos de consumo, productos del mercado. Juegan un papel importante en el desarrollo económico de las sociedades, que los elaboran o exportan; de ahí el carácter económico de los medios.

9.3. El proceso de comunicación

El proceso de comunicación comprende una serie de actividades que se desarrollan de manera continua; una vez iniciado, no se detiene en el tiempo, y, como menciona Dobkin (2003: 24-26), genera nuevos procesos. Posee las características de ser transaccional, irreversible, inevitable y multidireccional.

Transaccional: el emisor y el receptor transmiten mensajes de manera simultánea, y existe una relación constante entre todos los componentes de la comunicación; **irreversible:** en la mayoría de los casos, no se puede deshacer lo comunicado; **inevitable:** aunque pretendamos no comunicar nada, todo posee un significado; **multidireccional:** se enfoca en la diversidad de objetivos que pretende.

Por otra parte, Eco (1986: 36) menciona que un modelo comunicativo inicia con una fuente, diferente al emisor, en tanto que la fuente (en el caso de la comunicación humana directa) es el cerebro que piensa en un mensaje, y el aparato fonador es el emisor que transmite la idea a otra persona, a cuyo cerebro llegará el mensaje (destinatario) recibido a través de un oído que se convierte en el receptor. Este modelo es distinto al de una comunicación mediatizada por algún aparato; por ejemplo, la radio. En este caso, la fuente es quien emite el mensaje; el micrófono es el transmisor que transforma el mensaje en señales físicas que transitan por un canal en forma de ondas hertzianas, las cuales son recogidas por un receptor (aparato radiofónico), que nuevamente las transforma en mensajes “sonidos articulados”, para que las reciba el destinatario.

Wilbur Schram, citado por Paoli (2007: 68, 69), define el proceso de comunicación como el conjunto de signos compartidos por un emisor y un receptor, los cuales tendrán significados similares tanto para el uno como para el otro, dependiendo de las experiencias de ambos. Si el emisor y el receptor no le atribuyen el mismo significado a un signo, es aún más difícil el proceso; este proceso está basado en normas, las cuales rigen el funcionamiento equilibrado de las sociedades. Un ejemplo de este proceso lo aporta Alvizúrez Palma (1987: 22): la presentación de una obra musical y el público, o entre una obra artística y los observadores.

Para Bolaños (1999: 7,8), el proceso de comunicación es la actividad de entrega, por parte del emisor, de algo: una idea, un pensamiento, a un receptor. Es un fenómeno que se modifica constantemente, es interactivo y dinámico.

Hernández Poveda (2004: 12) describe este proceso como un acto de enlace, en que se desarrollan otros procesos de observación, reflexión, evaluación, etc., los cuales generan algún cambio en los comunicadores.

9.4. Competencias comunicativas

Según Lomas (2001: 35, 36), un comunicador competente debe reunir ciertas características:

- Ser capaz de comunicarse utilizando el idioma según lo establecen las normas gramaticales, aplicando los lineamientos que la sociedad y la cultura le confieren al lenguaje.
- Poseer la habilidad de comprender y crear textos entendibles.

- Estar en capacidad de solucionar problemas comunicativos, que se pudieran presentar al momento de establecer una comunicación.

Para que una persona se comunique de manera eficaz, debe tener conocimientos literarios y ser crítico ante la comunicación de masas, pues en la actualidad, la publicidad es la creadora de una nueva realidad.

Alvizúrez Palma (1987: 26) reitera la necesidad de utilizar de manera adecuada la lengua para cumplir el propósito comunicativo, dado que el idioma es un vehículo fundamental para la comunicación entre personas.

Hernández Poveda (2004: 19) menciona cómo el emisor y el receptor deben tener la misma capacidad comunicativa, un nivel de conocimiento equitativo: “la compatibilidad garantiza la eficacia”, para que la comunicación sea eficiente, por lo que se deben prevenir las barreras semánticas, utilizando códigos comunes al emisor y al receptor, para asignar un significado común. Por lo tanto el código debe emplearse con claridad, precisión y de manera correcta.

Dobkin (2003: 27-29) cita entre los objetivos de la comunicación: mejorar la vida, y para ello debe ser cívica; lo que comprende las normas de cortesía, igualdad, libertad de expresión y participación democrática; valorar la diversidad: a menudo nos comunicamos con personas que provienen de diversas culturas, estratos sociales o intereses; es por ello que debemos respetar y tolerar dichas diferencias, aunque también tenemos derecho a no estar de acuerdo con todos. La ética ayuda a orientar positivamente el proceso de comunicación y comprende el comportamiento adecuado en determinada situación. Es pensar en los demás comunicadores y actuar de acuerdo con las necesidades de los otros, tomando en cuenta edades, cultura, género, procedencia, es decir, ver las cosas en perspectiva, para evitar la entropía, definida por Eco (1986: 43, 44) como la posibilidad que tiene un mensaje de poseer más de una interpretación.

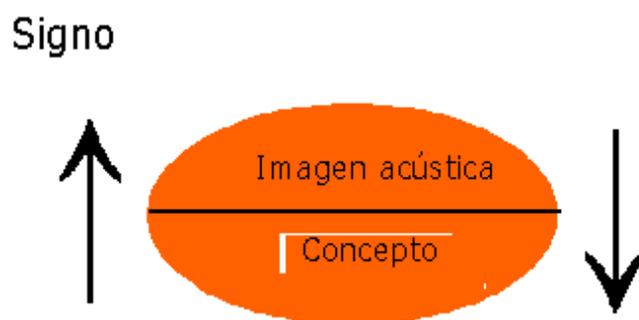
Para evitar ambigüedades, el código debe ser utilizado siguiendo las reglas sintácticas y semánticas que lo rigen: “un mensaje único representa una forma concreta; la selección de una secuencia de símbolos, y no otra, constituye un orden definitivo”.

9.5. El signo

De Saussure (1945: 91) define el signo como una unidad psíquica que consta de un significado (idea o concepto mental) y un significante (sustancia material del signo).

Es cualquier elemento que remita otro objeto, en resumen es una representación de la realidad, y posee dos elementos constitutivos: El significado y el significante.

Signo es la combinación del concepto y de la imagen acústica. Y podemos sustituir concepto e imagen acústica por significado y significante.



Mientras que para Guiraud (1996: 33) Un signo es un estímulo, “una sustancia sensible, cuya imagen mental está asociada en nuestro espíritu a la imagen de otro estímulo que ese signo tiene en función evocar” con el fin de establecer una comunicación.

Es la representación de la realidad, según lo expresa Interiano (2001: 119), el cual funciona para sustituir ésta, aunque no todos se formen la misma idea al evocar el mismo signo. Forma en la mente de una persona una idea de algún elemento real.

Roland Barthes (1971: 40-42), comenta que el signo se relaciona entre sí en tres maneras: entre su significado y su significante, y entre el signo y otros signos del enunciado que se le unen. Un ejemplo de la primera relación sería una cruz”, sinónimo de cristianismo para los cristianos, mientras que los colores del semáforo y la dependencia existente entre ellos, sería un claro ejemplo de la segunda relación

Es una entidad, según lo define Ana María Pedroni (2004: 35). Lo podemos observar y percibir con todos los sentidos. Comunica un mensaje referido a algo distinto a él, es decir, toma el lugar de algo que no es él mismo. Por medio de ellos podemos expresar todos nuestros pensamientos, y nuestros sentimientos más íntimos, son equivalentes a comunicación.

Se clasifican en:

- Primarios o voluntarios: aquellos que se elaboran con la intención de comunicar algo.
- Secundarios o Involuntarios: se producen, muchas veces sin intención, por ejemplo cuando comemos, alguien más podría percibir que tenemos mucha hambre. Reciben el nombre de “índices”

9.5.1. El signo lingüístico

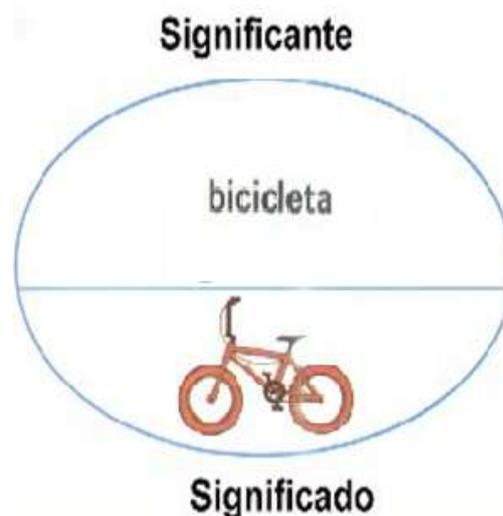
Es, para Eggers, Teresa y Gallego, Marisa (2002: 199) un signo que consta de dos componentes, el significante y el significado los cuales están unidos de manera arbitraria.

Según Peñate (2010: 4,33), es la base de la lengua. Como hecho cultural, se caracteriza por ser arbitrario, debido a que las palabras, en su mayoría, no se relacionan con el objeto que denotan; es convencional, ya que para ser utilizado, las personas deben tener un acuerdo previo, acerca del uso asignado a cada palabra. Para que los signos lingüísticos se utilicen de manera adecuada y gramaticalmente bien estructurados debe cumplir las reglas fonológicas y morfológicas, pues el signo lingüístico posee una doble articulación: El plano del sonido, estudiado por la fonología y la fonética y el plano de la estructuración de palabras, analizado por la morfología.

La doble articulación del signo lingüístico: se refiere a las unidades más pequeñas que en él aparecen y pueden ser analizadas: los fonemas y los morfemas, entendiéndose articulación por composición.

De Saussure (1945: 38, 39) define la articulación como la subdivisión de la cadena hablada en sílabas o bien la subdivisión de la cadena de significaciones en unidades mínimas de significado.

El signo lingüístico es: arbitrario, pues no existe relación natural y original entre el significante (imagen acústica) y el concepto que designa (imagen mental); el significante es lineal, se desarrolla en el tiempo, y sus elementos (los sonidos- letras) se colocan uno tras otro y así penetran en nuestro cerebro; es inmutable, debido a que se ha adoptado sin consultarlo con los usuarios, pero a la vez es mutable si se considera que con el tiempo, los signos cambiarán por necesidades irrefutables.



9.5.2. El significante

Según Interiano (2001: 132) es la “sustancia material del signo”, la forma en que se manifiesta, sea este un ícono, una palabra o una cadena de significantes, en cuyo caso forma un mensaje. Por lo que al leer un mensaje, se descubren las leyes que rigen su orden y estructura; es decir su gramática, lo que indica que se requiere una “base de referencia” para poder interpretar los mensajes, es decir: “un acuerdo social”

Mónica Rangel, citada por Hernández Poveda (2004: 23) menciona que “las palabras son recipientes de los significados” son la representación de una idea estipulada según un consenso social. Depende del uso que los comunicadores hagan del lenguaje y como se relaciona el mundo real y el significado asignado a cada palabra.

Dobkin (2003: 13,124) refiere que el significante es la palabra que se refiere a un objeto, idea o acción de manera arbitraria, pues no tienen conexión directa con el objeto que representa. Puede ser ambigua, pues no siempre es claro el significado que evoque, o bien, puede tener muchas interpretaciones.

Existen diversos signos, icónicos, lingüísticos, naturales, artificiales, etc.

El lingüístico, o palabras con doble articulación, han requerido estudios especializados.

9.5.3. El significado

Pedroni (2004:50) explica que el significado es el elemento inteligible, está conformado por la idea del referente, también se le conoce como plano

del contenido. Esta idea no contiene todos los elementos del significado, solamente está compuesto de los elementos más importantes.

Según Dobkin (2003: 80) es el pensamiento que se forman las personas, acerca de un objeto y varía dependiendo del contexto social, político, cultural y momento histórico en que se evoque, etc. Para Peñate (2010: 32-34), el signo es un concepto fundamentado según el valor que le asignen las personas por convenio y experiencia; por ello puede ser denotativo: significado asignado por el diccionario y connotativo: depende de las emociones, la pronunciación, la cultura de que provengan los comunicadores.

Hernández Poveda (2004: 23) refiere que un significado es la creación que las personas se forman, dependiendo de sus experiencias y de los consensos culturales asignados a través del tiempo.

9.6. Elementos de la comunicación

Todo proceso comunicativo requiere de: un emisor, un receptor, un mensaje, un código, un referente, un canal y un contexto.

9.6.1. El emisor

Como lo menciona Oliva Zuñiga (2009: 4-10), al hablar del emisor se hace referencia a la fuente desde la que surge el mensaje. El mismo debe tomar en cuenta una codificación que le posibilite el traslado por el canal para que el mensaje cumpla su cometido (ser entendido por el receptor)

Destinador, como le llama Alvizúrez (1987: 23), es quien envía el mensaje a través de un código familiar al destinatario.

Hernández Poveda (2004: 17) define “la fuente” como la persona o grupo que pretende establecer un contacto por algún motivo.

Comunicador, para González Kish (2009: 20), es quien envía el mensaje; es aquél que representa primero el proceso comunicativo; lo inicia al transmitir sus ideas a otro ente.

9.6.2.El receptor

Según González Kish (2009: 21), el receptor es quien “intercepta el mensaje enviado por el emisor” y, a su vez, da una respuesta al mensaje; en este momento se convierte en emisor, con lo que se desarrolla el proceso de comunicación. Puede ser, también, más de un receptor.

Para Sagastume (60: 2) es la persona que recibe y decodifica el mensaje.

Oliva, (2009: 4-10) apunta que el receptor es el ente que se ubica al final del canal, quien debe ser capaz de interpretar el código y traducirlo.

Umberto Eco (1986: 44), plantea que un receptor es quien realiza una reconversión del mensaje de una manera determinada.

9.6.3.El mensaje

Para Paoli (2007: 28,29), el mensaje podrá elaborarse sólo con signos conocidos por los comunicadores, y dichos signos serán interpretados según la experiencia de ambos. El mensaje será descifrado conforme el significado que se le atribuye a cada signo.

El mensaje tiene un significado superficial y uno verdadero; por ejemplo, un saludo (superficial) significa, en realidad, “me alegra verlo”. Hernández Poveda (2004: 17) agrega que el mensaje lleva consigo el propósito del emisor, es decir, esa idea, necesidad, motivo de comunicar algo.

Carlos Interiano (2003: 138) menciona algunos métodos de análisis para mensajes; entre ellos el método cibernético, que observa la cantidad de mensajes soportados por un medio, así como la manera de hacer más eficaz dicho espacio; el “modelo sociológico de la comunicación” estudia la manera en que los mensajes influyen en los cambios sociales y cómo se da la interrelación entre personas de una sociedad para sostener la estructura y superestructura social. Humberto Eco (1986: 114- 123), por su parte, establece un método de estudio basado en los mensajes ocultos que posee un mensaje, o sea que todas las partes que posee un signo: desde el canal por el cual es transmitido, hasta la influencia ideológica de éste; asimismo, menciona que si el mensaje no respeta las reglas de formación de un código y, por el contrario, los cambian radicalmente, la idea puede tornarse ambigua.

El mensaje puede cumplir una función: referencial, emotiva, imperativa, de contacto, metalingüística o estética, dependiendo de la intencionalidad del destinador.

Pedroni (2004: 139, 140) indica que en la producción de mensajes se presentan ideas concretas y ocultas, es decir puede denotar o connotar un significado.

La Connotación: es la posibilidad de los signos de ser interpretados por los sentidos, y no sólo por la razón. Es el significado sugerido, según las emociones.

La Denotación: es el significado asignado por el diccionario a las palabras, y percibido por la razón.

9.6.4. El código

Para González Kish (2009: 1, 13), código es un sistema compuesto por elementos interrelacionados que responden a una serie de normas para su aplicación. Sin un código común al emisor y al receptor, el mensaje no se desarrolla, pues es a través de él que las personas organizan la comunicación. Por otra parte, Interiano (2003: 18) define el código como un sistema de signos, regido por normas para su conformación y combinación.

Los códigos poseen un valor establecido por acuerdos sociales; esto se aplica, por ejemplo, a los idiomas y a cualquier tipo de comunicación no verbal. Está sujeto a cambios, pues depende de las circunstancias históricas que lo rigen.

Eco (1986: 49, 50) conceptualiza el código como una estructura que posee funciones y propiedades. Las funciones del código son: hacer comprensible y comunicable una situación; al momento de comprenderse se puede comparar con otras situaciones. Las propiedades son las unidades que lo constituyen, y se diferencian o se oponen entre sí por “exclusiones binarias”.

También se le considera un sistema: ordena situaciones comunicativas en las que exista posibilidad de confusión; sistema de unidades con reglas semánticas y reglas de combinación.

Aunque un mensaje pueda descodificarse desde distintas perspectivas y utilizando diversos sistemas y convenciones, la idea es que el significante transmita una connotación tal como la entiende el emisor.

9.6.5.El contexto

Para Dobkin (2003: 19,20) es el ambiente que circunda el proceso de comunicación. La comunicación nunca se da en la nada, siempre recibe influencia del contexto en que se desarrolla. Algunos elementos importantes del contexto son el escenario físico: el cual se refiere al lugar en que se establece el acto comunicativo, y el escenario de la comunicación, que incluye la cantidad de comunicadores presentes, la relación que entre ellos existe y a la causa de la interacción.

Para Teresa Eggers y Marisa Gallego, (2002: 118, 119) el contexto, no puede pasar desapercibido, en ningún acto comunicativo, debido a que es el entorno cultural, social y grupo de referencialidad (estrato, subcultura al que pertenecen los comunicadores), elementos que condicionan a todos los seres humanos.

Según Carlos Interiano (2003: 19, 20), es el entorno social, cultural y económico en el cual se desarrolla el proceso de comunicación, y depende de él la transmisión del mensaje. Se estima que el mensaje está referido a un contexto determinado y mientras más elementos den razón del contexto, el mensaje tendrá mejor "referencialidad", lo cual ayudará al entendimiento del receptor; por el contrario, si existen pocos elementos que informen del contexto, podría generarse "entropía" (confusión comunicativa), en cuyo caso será necesario utilizar otro código que aclare lo expresado, es decir, negentropía.

9.6.6.El Canal: medios de comunicación

El influjo de los medios de comunicación no siempre es positivo, como señala Alvizúrez (1987: 1987); es frecuente encontrar que los encargados de

transmitir noticias por radio, televisión y prensa ignoran, muchas veces, el uso correcto del idioma.

Según el alcance de los medios y la relación establecida entre los elementos de la comunicación, ésta se puede dividir, como lo menciona Bolaños (1999: 21, 22), en: comunicación intrapersonal, interpersonal y de masas o masiva.

- **Comunicación intrapersonal:** es desarrollada dentro de la persona, es decir, comunicarse con uno mismo, “hablar consigo mismo”.
- **Comunicación interpersonal:** se da cuando un emisor y un receptor se relacionan de manera bilateral, o sea, que se observa que entre ambos se comparte información y se cambian roles. Se desarrolla de manera directa y puede verse afectada por la interrupción, ya sea del emisor o del receptor. Entre los medios más utilizados actualmente se encuentran el teléfono, móvil y fijo, y el internet en sus modalidades de chat y correo electrónico; aunque el teléfono celular, como lo menciona Pérez Felipe (2003: 730), ha dejado de ser un medio interpersonal para convertirse en una herramienta masiva, que medios como televisión, radio y periódicos han absorbido.
- **Comunicación masiva:** requiere, generalmente, de algún instrumento de mediación; tiene la ventaja de no alterar los “papeles comunicativos de los participantes”, pues, muchas veces, la información se desarrolla de manera unilateral, es decir, que el emisor no puede generar cambio en el receptor.

Para González Kish (2009: 22), esta división se produce dependiendo de “la cantidad de personas que participen en el proceso”:

- **Intrapersonal:** se desarrolla en el interior de cada persona, o sea hablar con uno mismo.

- **Interpersonal:** es el proceso de transmitir y recibir información entre dos, hasta cinco personas, que son tanto emisores como receptores, en este circuito que permite el intercambio social de ideas o emociones.

- **Comunicación masiva:** es aquella dirigida a un público “indeterminado”, generalizado y amplio, la cual utiliza medios como el cine, la prensa, la televisión, la radio, las revistas, la publicidad, la música, la literatura popular, que, como lo plantea Eco (1986: 17), precisa de una disciplina dedicada al estudio de cada uno de sus aspectos.

Dicha disciplina estudia cómo la comunicación cambia las condiciones de recepción y de emisión del mensaje y el propio sentido del mismo.

Interiano (2001: 25, 26) cita a científicos de la lengua, tales como:

- Paul Lazarsfeld, quien comenta que los medios no sólo cumplen funciones, sino también disfunciones con connotaciones negativas, punto de vista apoyado por otros autores, que agregan que esta función es casi “narcotizante” por los efectos perjudiciales que producen los mensajes que transmiten, es decir, “adormecimiento”; por ejemplo, los mensajes transmitidos en las telenovelas, que se basan en realidades ajenas a las propias de los consumidores.

Aunque Theodor Adorno opina que un mensaje transmitido a través de un medio no puede ser medido estadísticamente, sino debe ser observado por la transformación de actitudes, conductas y

comportamientos de los usuarios: emisores o receptores, George Gerbner comenta cómo los medios pretenden dominar a la sociedad provocando ciertos efectos, control aún más fuerte que el ejercido por la religión.

- Wagner Díaz argumenta que los medios provocan cambios culturales debido a los contenidos extranjeros y a los modelos ajenos a la realidad, que ocasionan una predisposición para dejar por un lado las costumbres, las formas de escribir, de comportarse, en fin, de ser, arraigadas a las culturas propias de la sociedad en que se vive. Y se aceptan nuevos modelos, con el objetivo de sentirse identificados con algún grupo, aunque deban dejar sus antiguas costumbres.

9.7. Tipos de comunicación

Constituyen un sistema de comunicación basado en un código, como lo refiere Eco (1986: 10); a esta consideración puede adaptarse desde el más natural y espontáneo hasta el más cultural y complejo tipo de comunicación, mencionando entre los primeros: “las señales olfativas, la comunicación táctil, los códigos del gusto, el lenguaje tamborileado y silbado, las lenguas naturales, y la comunicación visual”, llegando hasta los códigos culturales, sistemas verbales y la comunicación de masas.

Según Camacho, Camparán y otros (2004: 12), la comunicación se lleva a cabo de distintas formas; entre ellas se distinguen esencialmente dos: la verbal y la no verbal.

La comunicación no verbal comprende toda forma de expresarnos sin utilizar la palabra, mientras que la comunicación verbal es la expresada por medio de palabras habladas o escritas, consideradas el mejor lenguaje, por ser el más completo y útil.

9.7.1. Comunicación escrita

Es la posibilidad que tiene el mensaje de plasmarse en un espacio, por medio de una convención gráfica; por ello, posee la característica de perdurable y lo posibilita de ser revisado, observado, comentado cuantas veces lo deseen los receptores, lo que garantiza el proceso comunicativo; aunque, como lo menciona Bolaños (1999: 61), existe la dificultad caligráfica, y el “circuito social de transmisión del mensaje escrito” puede darse en un tiempo distinto al emisor y al receptor, por lo que la retroalimentación no siempre es inmediata; se basa en un código lingüístico gráfico, que puede auxiliarse de íconos, dibujos, fotografías, etc.

La comunicación escrita posee las siguientes características: los niveles léxico, sintáctico y semántico deben ser pertinentes, es decir, que las palabras serán oportunas y se utilizarán sólo las necesarias (no redundar) y, obedeciendo a la formalidad de la comunicación, así deben ser los niveles (léxico, semántico y sintáctico) que se utilicen, sin olvidar que la escritura “de naturaleza literaria” es la que más se recomienda, así como la elaboración previa de una planificación, pues no son aceptables los errores sintácticos, semánticos ni ortográficos. Por ello, se exige que el escritor, con el objeto de optimizar la comunicación, utilice las reglas gráficas, ortográficas, de puntuación, de acentuación, establecidas socialmente.

Si bien es cierto que los cambios lingüísticos producidos en el habla llegan a la escritura, éstos se dan de manera lenta, ya que deben ser aprobados por entidades que norman la lengua; entre ellas, la Real Academia Española, y como lo menciona González Kish (2009: 26), por medio de la escritura se intercambian mensajes, sin importar la distancia, pues el emisor puede escribir el mensaje frente al receptor, éste lo capta instantáneamente

o lo puede enviar, aunque el medio no sea instantáneo; por ejemplo, un mensaje enviado a través de una carta, o una noticia en el periódico.

Hernández Poveda (2004: 151) describe esta comunicación como la reproducción, por escrito, de lo que nuestra mente nos dicta, es decir, plasmar por medio de palabras escritas las representaciones mentales o bien fijar nuestras ideas en algún soporte. Agrega que no es un proceso sencillo, pues el objetivo de la escritura debe ser el entendimiento de los mensajes transmitidos, por lo que requiere práctica, autoconocimiento y perfeccionamiento continuo.

De allí proviene la necesidad de conocer las reglas gramaticales y ortográficas de la lengua que se hable y, lo que es aún más importante, comprender para qué sirven, y quien logre adquirir la habilidad de escribir correctamente, podrá transformar el mundo: “Escribir es cuestión de experiencia y del consciente manejo de los recursos idiomáticos”.

A lo expuesto en estos párrafos se agrega la idea que Taquini (2010: 29) aporta respecto de la escritura: un “soporte material” “de la memoria individual y colectiva de los pueblos”, una manera de “fijar las lenguas que están en constante evolución”.

Walter Ong (2006: 17,18) apunta que la comunicación escrita, en sus primeros años, se encontraba subordinada a la oral, ya que no era posible concebir la escritura sin la oralidad, pero sí palabras habladas, sin ser escritas, aunque aclara que ambas se complementan. Es decir, que la palabra escrita es artificial y la palabra hablada es natural al ser humano.

Lo contrario a lo que sucede con los mensajes de texto, que retoman la oralidad de manera secundaria para su conformación, partiendo del uso que las palabras escritas hacen de la palabra hablada en una primera instancia.

Cortelazzo y Ferroni (2000: 29) opinan que el futuro de la palabra escrita manualmente es incierto, pues las cartas y demás documentos elaborados a mano ya son casi inexistentes, en vista de que las personas prefieren enviar un fax, un correo electrónico o un mensaje de texto.

La escritura a mano, que durante años fue el mejor medio de comunicar sentimientos entre amigos, novios, enamorados, familiares, etc., situaciones en que, hasta el sobre era representativo de la cultura, el estrato y decía mucho del emisor, ha sido desplazada por la tecnología.

En la actualidad ya no se requiere de un sobre ni de la escritura manual; podría decirse que está desapareciendo una tradición que marcó una época: la época de las letras.

9.7.1.1. Escritura manual (manuscrita)

La escritura manual, entendida como un arte gráfico, según Blanco y Sánchez (2004: 16), transforma la “tinta en trazos y los trazos en signos”, que está sujeta a reglas para su realización, es un medio de expresión de la vida racional, con el fin de dejar un legado para futuras generaciones.

Por medio de ella, las personas adquieren un cúmulo de conocimientos. Se entiende por escritura caligráfica, la utilización artística de la palabra escrita.

Los trazos gráficos deben poseer “orden, igualdad y proporción”. Del cultivo de este arte, surge el escribiente, que se dedicaba a escribir por encargo de otro.

La caligrafía se apoya en:

- a. la estética: ciencia de la belleza;

- b. la lexigrafía: enseña el significado, derivación y utilización de las palabras, para que sean utilizadas apropiadamente;
- c. la gramática: arte de hablar y escribir un idioma, rigiéndose en las normas de pronunciación, construcción y escritura;
- d. la ortología: arte de pronunciar adecuadamente las palabras;
- e. el dibujo: la escritura manual requiere de trazos de líneas, círculos, etc., de todas clases; por último,
- f. se auxilia de la literatura y viceversa, pues la uno no existe sin la otra.

Para una escritura manual y caligráfica, se requiere contar con los sentidos de la vista y del tacto, por lo que alguien que carezca de sus enteras facultades oculares o táctiles, tendrá dificultades para escribir adecuadamente.

Asimismo, requiere de ciertos elementos, tales como: iluminación adecuada, una mesa o escritorio y un asiento apropiados y cómodos para elaborar los escritos manuales, elegir el papel acorde con las necesidades del escrito, un lapicero, lápiz o pluma que permita una escritura ligera, sin necesidad de forzar la mano.

Entre las cualidades que debe poseer una persona que escriba se mencionan: la creatividad, buen juicio para determinar los espacios a utilizar y la legibilidad del escrito, así como educación e instrucción acerca de las habilidades naturales.

Los trazos (“huella de tinta que deja la pluma hábilmente manejada, en contacto con el papel”) deben crearse, considerando las formas y las dimensiones geoméricamente establecidas, en rectos, curvos y mixtos.

Es una herramienta básica para la expresión de los niños en edad escolar, que, como lo refiere la página Colorín Colorado (s/f: s/p), al momento de ejercerse con eficiencia y eficacia permitirá la comunicación de mensajes.

La escritura manual surge con los garabatos, círculos o rayas grandes, que, con el tiempo, empiezan a tomar forma de letras y desarrollar habilidades motrices finas; posteriormente, diferenciará la letra cursiva de la letra script.

Entre las dificultades de la escritura manuscrita pueden citarse la disgrafía que es la discapacidad de escribir con pluma, lápiz o crayón; la escritura ilegible; letras de diversos tamaños; palabras inconclusas; problemas para organizar las ideas de manera escrita. También se evidencia la dificultad de utilizar tijeras o abotonarse la ropa (motricidad fina).

La Página biblioteca-digital.ucentral (s/f: s/p) explica que la escritura manuscrita debe ser legible, para que su función de comunicar un mensaje a un destinatario se cumpla: las letras deben ser entendibles, regulares en cuanto a su tamaño, proporción e inclinación y diferenciadas, bien ligadas y alineadas, por lo que se deben ejercer las facultades psicomotrices.

Ventajas que se observan de la escritura cursiva sobre la imprenta o script, son: el estudiante capta cada palabra como un todo; favorece la velocidad de la escritura; se memoriza más fácilmente, debido a la respuesta motora continua; caracteriza al escribiente; al igual que el tono de la voz, refleja la personalidad y el estilo; es más fácil aprender la escritura script, una vez se ha aprendido la escritura cursiva, y no al contrario, como se pensaba anteriormente. Ambas modalidades pueden utilizarse en la creación de diarios, murales, letreros, rótulos, portadas, copia, dictado y paráfrasis.

9.7.1.2. Escritura digital

Ortiz (2004: s/p), en la página de Edutec, Revista Electrónica de Tecnología Educativa, “Lectura y Escritura en la era digital” define la escritura digital como: la escritura que se realiza, utilizando de soporte un medio digital, ya sea una computadora, un ipad, teléfono celular o cualquier TIC que permita escribir, por medio de un teclado y una pantalla en que se observa el escrito.

La mayoría de información que circula en internet es escrita, por lo que la lectura también debe adaptarse a este cambio; si bien es cierto que no es lo mismo leer un texto digitalizado que un libro, es mucho más fácil, rápido y económico.

Esto no quiere decir que los textos impresos desaparecerán; sólo están variando la manera y los medios para leerlos.

Castañeda Álvarez (s/f: 2) explica que la escritura digital permite que los estudiantes se expresen sin temor a críticas por la letra poco caligráfica que algunos tienen, además de facilitar la interacción entre los comunicadores y poder agregar imágenes, sonidos, etc.

9.7.2. Comunicación oral

Walter Ong (2006: 15-20) manifiesta que la oralidad, es la base de la comunicación verbal, y comenta que existe diversidad de estudios que analizan los sonidos de las palabras (campo de la fonética y la fonología), debido a que el lenguaje es un “fenómeno oral”, pues el pensamiento se

relaciona íntimamente con el sonido; es por ello que las demás formas de comunicación, como los gestos o el lenguaje de los sordomudos, requieren del sistema de formación del lenguaje oral. Es un sistema primario, que surge casi de manera natural, unido al desarrollo de la especie humana; es “inseparable de la conciencia”.

Se distinguen dos tipos de oralidad: una primaria que se origina y desarrolla por las personas, entre personas, en una sociedad que carece de escritura y se utiliza de manera directa. La otra es una oralidad secundaria, ésta utilizada a través del teléfono, la televisión y la radio, que requieren del lenguaje escrito.

Peñate (2010: 32) comenta que la oralidad, como código formado por signos verbales, presenta la manera individual en que cada hablante utiliza su idioma; es material (se escucha y se puede leer) y es, precisamente individual (corresponde a quien la utiliza en un momento determinado).

De Saussure (1945: 42) asevera que el habla es indispensable para que el idioma se establezca; todo idioma inicia siempre de manera oral, y es la práctica del habla la que permite que se aprenda. Si bien es cierto que la escritura ha cobrado gran importancia por su permanencia en el tiempo, también han existido desacuerdos entre la pronunciación de las letras y su escritura. Las letras escritas, provenientes del alfabeto griego, permanecen vigentes, mientras que el habla es cambiante, por lo que, con el tiempo, las letras no corresponden a las pronunciaciones y es imperativo que se creen nuevas grafías.

Es el único lenguaje natural al hombre, como lo menciona Prado Aragonés (2001: 165) y es a partir de él que surgen nuevas formas de comunicación que siguen evolucionando, pasando por la escritura, la imprenta, los libros, hasta los lenguajes que surgen a raíz de las nuevas tecnologías.

9.7.2.1. Los códigos prosódicos

El lenguaje articulado se fortalece de signos que le acompañan. Es el caso de los códigos prosódicos que, según comenta Guiraud (1996: 65- 67), usan las “variaciones de elevación, de cantidad y de intensidad del habla articulada”

9.7.2.2. Código kinésico

Al igual que el código prosódico, se une al acto de hablar por medio de los gestos y las mímicas; considerado por muchos de gran importancia, pues se estima que los gestos dicen más que las propias palabras.

9.7.2.3. El código proxémico

Junto con la kinésica y el código prosódico, el proxémico hace uso de la distancia que media entre los comunicadores, el lugar en que nos encontramos con relación a los demás participantes del acto comunicativo.

Según el Centro Virtual Cervantes (s/f: s/p) la proxémica es la rama de la semiótica que estudia el espacio (distancia o aproximación) que tienen los elementos de la comunicación, durante dicho proceso, si existe o no contacto físico, y el significado de éstas acciones.

9.7.3. Comunicación iconográfica

Es aquella que se desarrolla utilizando íconos, que, según lo define Sagastume (2000: 49), son signos que se refieren a un objeto de la realidad; estos signos tienen características especiales que se utilizan para transmitir mensajes y para que, a través de ellos, los receptores interpreten de mejor manera los mismos”.

Las fotografías, las figuras e imágenes en general, pertenecen a los códigos iconográficos; aún más en publicidad son las figuras que enriquecen un mensaje, pues significan algo y son parte importante de la comunicación.

Francisco Alvizúrez (1987: 25) menciona que en la comunicación iconográfica predominan las imágenes y que, según Eco (1986: 172), no son del todo arbitrarios, sino motivados, pues “se fundan en cierta semejanza con el objeto representado”, al igual que las onomatopeyas. También cita a Pierce, quien define los íconos como los signos que originariamente tienen cierta semejanza con el objeto a que se refieren”, aunque tienen similitud sólo en los aspectos conocidos por quien los elabora, por lo que no son tan representativos como un código verbal, que resulta ser más específico y menos ambiguo que aquél.

Pedroni (2004: 61) indica que la palabra ícono proviene de “eikon”, que significa retrato, imagen, figura, es decir, la imitación de algo. Y se refiere a la denotación de la realidad que sustituye, en virtud de sus características; los significados que trasmite. Se clasifican en: 1) Imágenes: son las representaciones de las características más simples de la realidad que imitan. 2) Diagramas: están constituidos por componentes que guardan semejanza con los elementos de la realidad. 3) Metáforas: son

comparaciones con otros elementos, por la relación de semejanza que tienen entre sí. Los tres tipos se asemejan con los objetos que denotan, aunque esta semejanza no es completa, sino parcial, y varía entre un tipo y otro, así por ejemplo los diagramas sólo representan los componentes, mientras que las metáforas requieren la connotación y el uso de los sentidos.

9.8. Comunicación y sociedad electrónica

En la actualidad, la comunicación ocupa un 80% de nuestro tiempo vital. Prado (2001: 163) informa que las industrias de la comunicación se han encargado de transformar la realidad, el lenguaje y las formas de comunicarnos, muy diferentes a la, hasta ahora, conocida. Los conocimientos y la cultura se pueden obtener sin necesidad de asistir a un centro educativo.

Es a partir de la escritura, seguida de la imprenta, que los medios de difusión se han ido expandiendo, hasta llegar a los medios de comunicación masiva actuales, que utilizan soportes tecnológicos para transmitir la información “cifrada en códigos simbólicos y dirigidos simultáneamente y de forma unidireccional a un gran número de personas”.

Como lo refiere Clauss Tully (2007: 9-22), los jóvenes poseen cada vez más, aparatos tecnológicos: celulares, computadoras, copadoras de CD, MP3, autos, etc. estos artículos los caracterizan como pertenecientes a una generación: “la generación N”, por net o red, y, a diferencia de los adolescentes de hace veinte años, dejan de ser niños más rápido y lo hacen en un entorno comunicativo, pero no se alejan del hogar ni crean propios núcleos familiares pronto, merced a que los estudios requieren más tiempo y los padres han asumido la responsabilidad de apoyarlos económicamente para la educación superior.

La técnica es absorbida no sólo en el hogar, en la escuela o con los compañeros; en situaciones informales también se puede adquirir. La modernidad va acompañada de la globalización y del consumismo, así como de problemas ecológicos y ambientales. Los jóvenes han adquirido nuevas competencias comunicativas y tecnológicas; ellos se caracterizan por utilizar aparatos con múltiples funciones y diversas aplicaciones, a los cuales deben adaptarse rápidamente; deben ser flexibles a los cambios de artículos modernos.

En Alemania, el 90% de los jóvenes posee celular; uno de cada dos, computadora, y el 90% se conecta a internet, quienes no tienen ni saben utilizar estos artefactos, están fuera de contexto tanto social como laboral.

La tecnología ha traído consigo aspectos positivos y negativos. Entre lo negativo cabe mencionar la adicción al internet, a la pornografía que en él se puede observar, los juegos agresivos y la publicidad incesante. En el caso del teléfono celular, el excesivo envío de mensajes de texto crea gastos para los padres. Por el contrario, la adquisición de información requerida para tareas o para conocimientos provechosos es una gran ventaja.

Según Morduchowikz (2003: 36), ahora los conocimientos están mediatizados. Los medios masivos proporcionan placer e información a los jóvenes, más que cualquier otro elemento. La comunicación de medios impacta fuertemente sobre la vida de la sociedad; en su mayoría, los conocimientos llegan a través de un medio, que sólo son un reflejo de la realidad, no la realidad misma. También menciona que, si bien existen varios puntos de vista que pretenden analizar los medios y su influjo en las personas, su inmersión en el campo político y cultural, o el lenguaje utilizado para comunicar un mensaje, no se ha logrado determinar en qué medida dichos medios construyen el mundo de los usuarios. Cuentan con el poder de decidir qué se consume y qué no, forman decisiones y construyen identidades, por lo que depende de una “educación en los medios” conocer el poder que poseen y cómo podemos dejar de ser consumidores autómatas, para constituirnos en personas pensantes.

Pérez Tornero (2000: 45-51) opina que los países subdesarrollados dependen de la tecnología que proviene de los países desarrollados; la publicidad y la mercadotecnia forman parte de esta tecnología, y no todo lo que penetra a nuestros países, es enriquecedor. El siglo XXI se considera como el puente entre las “relaciones materiales y las relaciones virtuales”; en este siglo dominan las relaciones comunicativas mediáticas. Se está desarrollando una “ciberescritura” que, junto con los cambios, también produce desorientación.

La educación sufre las distorsiones comunicativas provenientes de un sistema económico capitalista y de una consecuente “cultura de masas”, entendiéndose por este término la cultura desarrollada en torno a los medios masivos que buscan influir a públicos extensos y variados. Asimismo, la educación responde a los cambios con desmotivación de parte de los estudiantes, incomodidad de los profesores, provocada por la reestructuración curricular, por la insuficiencia de recursos, etc. Y si en las instituciones educativas no se observa el cambio, los estudiantes que sí utilizan la tecnología, en su mayoría pertenecientes a los países desarrollados, obligan a los docentes a que se involucren.

La industria se basa en las necesidades del mercado capitalista, que supone el “triumfo de la comercialización” sobre la cultura de un pueblo o nación. Esta cultura de masas está cediendo espacio a una cultura tecnológica y más interactiva basada en la digitalización, la propagación de la difusión satelital, o por medio del cable.

“El fenómeno de la multimediatización” procedente de la unión de los sistemas de telecomunicación y la informática, que unifica soportes tecnológicos como la televisión, el teléfono y la computadora, se desarrollan por medio de una red virtual permite que circule audio, video, y textos que los convierte en medios interactivos, aunque este progreso no es equitativo en todas las naciones, lo que genera cambios sustanciales en la cultura y en la educación.

La globalización, la comunicación interactiva y el aprendizaje significativo, suponen cambios drásticos en la forma de pensar y actuar de las personas pertenecientes a esta sociedad de la información, transformaciones que generan preocupación, ya que se ponen en juego valores que han sido fundamentales; si bien es posible el avance social y comunicacional, también lo es el retroceso.

Los medios de comunicación sustituyen en cierto grado a las instituciones educativas en vista de la transmisión de conocimientos; aunque la escuela sigue siendo, probablemente, la institución más eficaz para transmitir conocimientos de lectura y escritura, los jóvenes están aprendiendo un nuevo lenguaje tecnológico: “un lenguaje audiovisual” y de informática, sin ayuda del docente.

Los cambios producidos por la inclusión de la tecnología se vislumbran, tanto de manera positiva como negativa: muchos consideran que es parte de un sistema democrático y de reformas, mientras que otros consideran que son argucias del sistema capitalista por apoderarse de la educación.

La sustitución de un texto escrito y de una conversación “frente a frente”, se evidencia por la grafía en un soporte multimedia, en vez de un lenguaje oral y un dibujo que sustituye a un gesto. Se tiene la ventaja de que no existan barreras espaciales ni de tiempo, aunque se tiene la desventaja de la presencia física de los comunicadores; lo que más afecta es el lenguaje utilizado por los comunicadores, pues la oralidad ha sido sustituida por la escritura, más que todo porque posee la ventaja de ser perdurable y no afecta el espacio ni el tiempo, pero también separa al emisor y al receptor entre sí, muchas veces, y a éstos del mensaje y del lenguaje, la escritura no posee tantos elementos auxiliares como la oralidad.

Es tarea de los educadores crear comunicadores competentes en los diversos lenguajes generados a raíz de la mediatización, sin olvidar el

aspecto práctico y vital que el lenguaje supone; es decir, su práctica en la realidad. Se requiere una competencia semiológica para preparar a las nuevas generaciones.

Los jóvenes son quienes primero se involucran en los cambios tecnológicos. Rodríguez González y otros (2005: 26) definen a los jóvenes como un proceso de cambios y adaptación que viven las personas, de 15 a 25 años, aunque algunos sociólogos opinan que este lapso temporal se extiende hasta los 30 años. Ligando a la juventud con la dependencia familiar (padres) y a la falta de obligaciones propias de un adulto con familia propia, que es independiente, posee hogar propio y cuenta con trabajo estable.

Otros estudios consideran que el período de juventud se extiende hasta los 18 o 21 años. Definiciones que difieren de lo que significa la adolescencia: período que oscila entre los 12 y los 14 años, marcado, más que todo, por cambios corporales y de pensamiento. Un lapso entre niño y joven.

Es en este período en que las personas, necesitadas de afecto y comprensión y por diversas circunstancias alejadas de los padres, buscan afecto en otras personas, se dejan cautivar por música de otras culturas; es el caso del rock (actualmente adoptado por los grupos denominados emos), así como diversos estilos que han generado controversia por la influencia que ejercen en los jóvenes.

McLuhan (1989: 16, 92) comenta que las nuevas comunicaciones obligarán a los humanos a utilizar todos sus sentidos, y la economía tendrá como base el comercio y el marketing. El hombre electrónico ya no poseerá reglas sociales para la interconexión, y con ello también se pierde la intimidad personal.

Galán Rodríguez (2007: 63) menciona que estar informado, ha dejado de ser un requisito para aprender más, y se ha convertido en una actitud; ahora para estar informado, se debe estar conectado, online. Este cambio de actitud se expresa por el teléfono celular, que se ha convertido en una

extensión de nosotros, nos representa: les colocamos protectores personalizados, al igual que tonos o canciones con las que nos identificamos; es parte de nuestra personalidad.

Los jóvenes que pertenecen a la “generación de la red” o a la “generación del pulgar” no pueden estar sin celular, sin señal o sin ver constantemente la pantalla para cerciorarse de que no han recibido mensaje. Estamos inmersos en una nueva revolución tecnológica que Rodríguez González (2005: 19) llama “tercera revolución industrial”, o “revolución de la información”, y son los jóvenes los que tienen mejores capacidades para adaptarse a lo nuevo. El pasado y el presente han dejado de ser lo importante, y el futuro y la intuición que de éste se tenga es lo que realmente vale; ante esta situación, los jóvenes han empezado a enseñarles a los adultos, aclarando que los primeros carecen de la responsabilidad que caracteriza a los segundos.

Homos Usuarios, como les llama Marín (2009: 3), se identifican por interpretar, manipular y utilizar objetos como celulares, computadoras, y programas como Windows e Internet: personas que poseen una cultura comunicacional distinta a la de veinte años antes, quienes han dado origen al mito tecnológico, que considera el intercambio de objetos tecnológicos (indispensables para las personas, que marcan el status social al que pertenecen, y la moda) por dinero.

La comunicación por medio de mensajes de texto puede ser realizada desde un celular a otro, o bien desde una computadora con servicio de internet a un celular. Según lo menciona Renzo Rossi (2010: 26), el servicio de internet permite conectarse (estar comunicado) con cualquier persona en cualquier parte del mundo, en cualquier momento. El mensaje es recibido y codificado en dígitos binarios llamados bits, que, posteriormente, se transformarán en paquetes capturados por ambas computadoras, luego, es decodificado.

9.9. Teléfono celular

Montoya (2009: 8) define al teléfono celular como “un dispositivo de comunicación electrónica con las mismas capacidades básicas de un teléfono de línea”, además de contar con los beneficios: es inalámbrico, permite el acceso a video, datos, textos, imágenes, en algunos casos; posibilitado por las redes de telefonía móvil: grupo de estaciones de telefonía receptoras y transmisoras de radio, que se conectan entre sí para comunicar terminales de teléfonos móviles o terminales con teléfonos fijos.

La palabra *celular* se origina por la forma de “célula” que se crea entre las estaciones de radio que enlazan a los usuarios. Mientras tanto, la palabra “móvil” se asigna al aparato, por la facilidad que posee de recepción en movimiento, es decir, que permite que tanto emisor como receptor se comuniquen, ubicándose en cualquier parte (siempre que se encuentre al alcance de la señal de la estación base).

Como lo menciona Aparici (2004: 55-61), es un instrumento de comunicación que ha impulsado, a gran escala, el marketing publicitario. Es un excelente potencial para promocionar marcas y productos.

Las grandes empresas están dispuestas a invertir en publicidad a través de mensajes de texto, pues las ganancias son sorprendentes; esto, en virtud de su alcance demográfico, ya que la mayoría de personas cuenta con un teléfono celular; asimismo, por la inmediatez y la posibilidad que tienen los receptores de leer el mensaje en cualquier lugar y situación en que se encuentren; la intercomunicación (el receptor puede contestar con otro sms) y la opción de pagos mediante el teléfono móvil.

Según Menéndez (2009: 8-15), el teléfono móvil “es una extensión de las personas”; se ha transformado en un instrumento indispensable para la

vida social de los usuarios. Objeto imprescindible, sin el cual las personas sufren nomofobia: pánico a estar sin teléfono.

Dicho objeto funciona gracias a una serie de dispositivos electrónicos, que surgen a raíz de los aparatos radiofónicos y su aceptación en el mercado; ello se debe a que es un útil “mediador intergeneracional”, “todos nos comunicamos con todos”, y para los jóvenes es más que un aparato, pues los identifica y vuelve parte de un grupo.

Un teléfono móvil está, prácticamente, al alcance de todos; existen aparatos sumamente caros, llegando a costar algunos hasta \$ 5,000.00, mientras que otros pueden adquirirse en forma gratuita, para promociones de teléfonos de línea, así como hay teléfonos que poseen diversas funciones, para algunos complicadas, existen otros que son sencillos de utilizar. Es por eso que la mayoría de personas está en capacidad de adquirir un teléfono celular, que les permite mantenerse comunicadas, sentirse identificadas con algún grupo, informadas en todo momento y, más que todo, tener acercamiento personal.

Su uso obedece, básicamente, a la comunicación entre familiares, en vista de que los padres necesitan saber en dónde se encuentran sus hijos en determinado momento, si están sin novedad, y asegurarse de que al momento de una emergencia todo saldrá bien.

Las razones de su uso son variadas: sentirse unido a alguien; conectado con las personas que nos interesan, sin importar el espacio o el tiempo; seguro de estar informado y al tanto de los acontecimientos importantes, así como de no perder oportunidades laborales; es una herramienta de trabajo que permite realizar gestiones en poco tiempo.

Al teléfono celular se le ha denominado “el ocio móvil”, por la posibilidad de descargar juegos, imágenes, música, chistes, refranes, situaciones que han hecho crecer las industrias del internet, los programas televisivos, los videojuegos y las estaciones radiales.

Según Lorente (2002: 9), su uso se ha expandido en las relaciones afectivas, consideradas para los jóvenes de relevancia. Acosta que el teléfono móvil ha generado una revolución, más que tecnológica, social, que facilita el acto comunicativo.

La expansión en el mercado, de los teléfonos móviles, se debe a los bajos costos y a las tarifas, que varían en dependencia de la oferta y la demanda. Asimismo, la variedad de estilos, colores, sonidos y funciones, ha permitido que cada persona adquiera un teléfono que se adecue a sus gustos y necesidades, haciendo de este aparato un reflejo de la personalidad del comprador.

El boom del teléfono celular se explica, en Europa y Japón, países con más ventas anuales, por el contexto social de los jóvenes, quienes pasaban horas estudiando, o dedicados a deportes o hobbies culturales, alejados de los grupos de amigos, preparándose para una profesión futura; por ello, las pandillas, las relaciones de pareja y los grupos adquirieron gran importancia, y el móvil vino a llenar ese vacío, a suplantar necesidades básicas de jóvenes que deseaban pertenecer a un grupo, con un “espacio propio”. En otras palabras, el éxito de ventas de teléfonos celulares, así como la demanda del servicio, se deben a las necesidades sociales que tienen los jóvenes, en una sociedad de consumo.

9.10. Empresas telefónicas

En Guatemala, según la página Wikipedia.org (2011: s/p), en 1989 la telefonía celular comienza con la empresa COMCEL, actual TIGO; en 1998 inician sus servicios las empresas PCS, actualmente CLARO, y Telefónica de Guatemala, que al unirse con la empresa Bellsouth, en el 2004, se presenta al mercado con el nombre de “Telefónica MoviStar”.

Para 2009, dichas empresas ya contaban con una cantidad considerable de usuarios:

No.	Marca	Usuarios
1.	Claro	6,458,108
2.	Tigo	6,643,565
3.	MoviStar	4,205,786

Mientras que en 2010, Gamarro (2011: s/p) informa para Prensa Libre que los usuarios de la telefonía móvil ascienden a 18.6 millones, lo cual significa que existen personas que poseen hasta dos celulares, o más.

La empresa Tigo cuenta con siete millones, 728 mil usuarios, dato registrado al 31 de diciembre de 2010, lo que equivale al 42.7 por ciento del mercado de los teléfonos móviles en Guatemala.

Claro contabiliza seis millones, 165 mil clientes, es decir, el 34.1 por ciento.

Telefónica registró cuatro millones 174 mil usuarios, un 23.1 por ciento del mercado de la telefonía celular.

De los 18 millones de clientes, 17.1 millones utilizan el sistema de tarjetas prepago; los 966 mil usuarios restantes usan el sistema pospago, o tienen contrato con los proveedores.

Los teléfonos celulares están entre los 10 productos más vendidos en el mercado de Guatemala.

9.11. Los mensajes de texto

La página de internet movistar.com (s/f: s/p) define los mensajes de texto como mensajes cortos que se pueden enviar y recibir entre usuarios de teléfonos celulares que cuenten con este servicio. La comunicación puede realizarse entre teléfonos móviles, o bien, los mensajes pueden ser enviados desde una página web y ser recibidos en un teléfono móvil.

Hernández y Miraflores (s/f: 5, 6) comentan que este tipo de comunicación surge en 1991, y desde entonces ha tenido gran acogida. Aunque sólo permita escribir 160 caracteres, las personas abrevian las palabras y utilizan símbolos para interpretar emociones u objetos, con el propósito de economizar tiempo y dinero.

Parecidos a los chat de internet, los mensajes de texto permiten la comunicación vía teléfono inalámbrico, de manera rápida y dinámica.

SMS son las siglas de Servicio de Mensaje Corto, disponible en teléfonos que posean redes digitales GSM, que permiten enviar y recibir mensajes de hasta 160 caracteres a teléfonos celulares, a través de un operador de red como Telefónica o Claro.

Ventaja de los mensajes de texto: aunque el teléfono al que se envíe el mensaje esté apagado o fuera de cobertura, el mensaje se almacena en la red y se entrega en cuanto el teléfono se conecta de nuevo a la misma; mantiene unidos a grupos de jóvenes, ya que los identifica como pertenecientes a una misma cultura, es decir, a un grupo que se comunica a través de símbolos que median entre la oralidad y la escritura.

Este fenómeno se ha observado en las aulas; son muchos los jóvenes que se comunican por medio de mensajes de texto con el nuevo lenguaje: denominado “Lenguaje SMS” (short message service), como lo llaman los estudiantes del Instituto de Enseñanza Secundaria Carvall Bernat, en los artículos publicados en el Blog de la Lengua Castellana de este instituto (2010: s/p); pero no sólo lo utilizan en los celulares; ahora también escriben en sus cuadernos y hojas con este código que ha venido a distorsionar la escritura en cuanto a ortografía y redacción.

El lenguaje comprende la escritura abreviada de mensajes, así como la inclusión de íconos, números y signos auxiliares en la escritura, cuyo objetivo es la rapidez y la reducción de la transmisión. Se propagó, al igual que los mensajes de texto, con la aparición y difusión del teléfono celular, a partir del año 1900, en la denominada: segunda generación de teléfonos móviles, los cuales, en este entonces, incluían entre sus servicios el de mensajería instantánea.

Según comentan Ana Lucía González y Brenda Martínez, en el Diario Prensa Libre (2011: 23:): “Desde los primeros correos electrónicos, y después en los mensajes de texto por celular, el lenguaje empezó a ser acoplado al soporte, y resultaron términos como “zmoak”: besos; “tqm”: te quiero mucho; “tk+”: te quiero más; “T kiero”; y “T qiero”.

El surgimiento de este código supone la generación de un nuevo proceso de alfabetización para las generaciones incipientes. Los licenciados José Luis Hernández Pacheco y Emilio Miraflores Gómez, ambos profesores del Centro de Enseñanza Superior Don Bosco (s/f: 2-7), plantean en su estudio titulado “Lenguaje SMS: La Alfabetización de los Jóvenes en el Siglo XXI”, cuáles son las causas del cambio en el proceso de alfabetización y qué leyes rigen el lenguaje SMS. Enfatizan que el lenguaje resultará afectado, pues se podrían olvidar las reglas básicas de ortografía y redacción; los usuarios podrían generar adicciones; y también se perjudicaría la privacidad de ellos, al recibir mensajes no deseados, en cualquier momento.

Lo mismo sucede con el uso desproporcionado de los mensajes de texto (los jóvenes envían entre 200 y 300 mensajes al mes), pues el código utilizado para formarlos, también se comienza a utilizar en otros medios. Los catedráticos reportan este incidente: en los exámenes y tareas los estudiantes escriben tal como hablan, sin importar la ortografía ni la gramática; pero no sólo la comunicación resulta afectada, distintas áreas educacionales y sociales están sufriendo este fenómeno.

Históricamente, los jóvenes se han caracterizado por oponerse a las normas establecidas por la sociedad, y ahora encuentran en los mensajes de texto una forma de distinguirse, distanciarse de los adultos e identificarse entre sí. Este lenguaje está provocando la pérdida total de la ortografía, que de por sí ha sido difícil enseñar y aprender; ahora es probable que sea un reto mayor a enfrentar, puesto que los jóvenes (el 55% de usuarios de mensajes de texto, son jóvenes entre 15 y 29 años) se están acostumbrando a una escritura rápida y fácil para ellos.

Por el contrario, Menéndez Flores (2009: 7) considera los teléfonos móviles como una ayuda para mejorar la comunicación, ya que son “un recurso vital para la actividad humana”, y no sólo permiten la comunicación oral, sino también visual, textual, etc. Aunque, al mismo tiempo, conlleva aspectos negativos, provocados por el uso excesivo: daños al ambiente, a las personas, que ahora padecen más estrés que antes, y a las relaciones personales, no tan íntimas como hasta hace poco tiempo.

Menéndez (2009: 262) agrega: la empresa Entel PCS publicó en el año 2003 un diccionario para facilitar el uso de este código, en vista de lo observado durante 2002: por las campañas publicitarias que motivaban el uso de mensajes de texto, las ventas de teléfonos móviles aumentaron en un 35%. El diccionario comprende las abreviaturas y los emoticones (conjuntos de caracteres ortográficos que de manera horizontal significan gestos o emociones) más utilizados por los jóvenes, quienes inventaron este lenguaje y del que ahora toma provecho la empresa telefónica.

El lenguaje de los mensajes de texto ha generado controversia entre los estudiosos de la lengua española, uno de ellos, el Director de la Real Academia de la Lengua, Víctor García de la Concha, a quien citan en la revista ADN, publicada en España (2008: s/p) en el artículo: “Pros y Contras del lenguaje SMS”; de la Concha comenta cómo las “pandillas” y los grupos generacionales adaptan su lenguaje, según sus gustos y modas, y tanta libertad está generando una “pobreza de expresión preocupante”; también menciona que a los jóvenes les es difícil expresarse con propiedad, debido probablemente, a tanta tecnología audiovisual. Agrega que las normas léxicas son necesarias para que la lengua no deje de ser un instrumento de comunicación.

La revista La Nación, en la columna editada por Graciela Lehmann, titulada “Los mensajes de texto cada vez más confusos” (2006: s/p), explica cómo los jóvenes utilizan códigos incomprensibles para muchos, y el lenguaje utilizado en los mensajes de texto, lo trasladan a cualquier medio escrito. Este código, en el cual se elimina letras, se sustituye palabras por íconos, números o signos auxiliares, resulta confuso e incomprensible, a veces hasta para los mismos usuarios, quienes están contribuyendo a la pérdida de un lenguaje completo, eliminando la gramática, la redacción y la ortografía de sus textos; todo, a cambio de la velocidad y la simplicidad.

El uso de este nuevo código ha aumentado, entre 2003 y 2004, en vista del intercambio de mensajes de texto, fenómeno que también es observado por catedráticos, quienes comentan cómo esas alteraciones del lenguaje se trasladan a los cuadernos y hojas de papel de los alumnos.

También mencionan que el hecho de sustituir palabras por emoticones, produce que los adolescentes ya no se esfuercen por escribir lo que sienten, pues se limitan a dibujar un emoticón, lo que está contribuyendo a deteriorar el lenguaje.

Se pretende escribir la mayor cantidad de caracteres posible, en un tiempo reducido, por lo que se genera este lenguaje. Su uso no resulta negativo en los mensajes de texto, pero sí en otros medios escritos como foros, blogs, exámenes del colegio, cartas formales, etc. Esto lo menciona Daniel Semper (2010: s/p), en el blog *Aeromental*; en él también se observa que existe “Enajenación del lenguaje escrito”. Muchos adolescentes que envían entre 25 y 50 mensajes al día, se han acostumbrado al uso de este código y se están creando “barreras comunicativas”, que pueden generar dudas a la hora de necesitar escribir correctamente; se podrían omitir las haches, las vocales, o cambiar la ll por la y, palabras por siglas, etc. Por ejemplo:

- “ben pos yo yamare oy pra ver k pasa con BA aora stoy n clas bueno n sept t lo sacas pati”

Traducción: “Bueno, pues yo llamaré para ver qué pasa con Bellas Artes. Ahora estoy en clase. Bueno, en septiembre te lo sacas, Pati”.

- “n se q t abre echo pro xq n m abls n s normal”

Traducción: “No sé qué te habré hecho, pero porque no me hablas, no es normal”.

Como observa Ángel Cervera (citado por Radcliffe), catedrático de Filología Hispánica en la Universidad Complutense de Madrid, en los mensajes de texto, escritos por jóvenes, se omiten las vocales y las haches, situación que afecta la escritura del español, que tiene como base de las palabras, la vocal; éstas son el núcleo de la palabra, que toma musicalidad gracias a ellas y en lugar de escribir se elaboran emoticones.

Pérez Felipe (2003: 730) menciona que durante 2001, según datos que facilita el suplemento *Ariadn@*, de *El Mundo Digital*; *Antena 3* inició su publicidad para atraer clientela el 26 de marzo de ese año, y en tres meses recibió más de tres millones de SMS; *Tele 5* lo hizo el 4 de abril y, en más

de dos meses llegó al millón y medio de SMS recibidos, lo que indica el auge asombroso de esta forma de comunicación, provocada por el gasto mínimo que conlleva; pues como lo explica la doctora Menéndez (2009: 100, 101): las personas prefieren comunicarse por medio de un teléfono móvil, que a través de una carta o una llamada de teléfono fijo.

Lily Huang (2009: 18, 19), en el artículo “El SMS no asesina el lenguaje”, del Periódico “El Argentino”, escribe que durante el año 2008 se enviaron unos 2.300 millones de mensajes, un 20% más que en 2007, y un 150% aumentó desde 2000, lo cual significó una ganancia de \$60.000 millones por año para las empresas de telefonía móvil. En Gran Bretaña se generan más de 6.000 millones de mensajes cada mes, lo que preocupa a muchos docentes, pues se teme que las personas ya no sepan cómo comunicarse; pero según un estudio realizado por lingüistas británicos, y confirmado por David Crystal, profesional en la lengua, en su libro “Txtng: the Gr8 Db8”: los mensajes de texto no son tan malos como la gente piensa; por el contrario, vuelve mejores comunicadores a los usuarios de este sistema. Crystal cree que el cambio es parte de la evolución.

Con estas conclusiones, algunos investigadores británicos observaron, mediante experimentos, los efectos de los mensajes de texto, en uno de los cuales los estudiantes que más enviaban mensajes de manera abreviada, fueron los que obtuvieron mejores notas en las materias de lectura y vocabulario, y cuanto más abreviados eran, menos errores ortográficos y de escritura cometían; la misma investigación descubrió que los estudiantes a quienes primero se les había dado un teléfono celular eran quienes obtenían mejores calificaciones. Crystal considera que es parte del “espíritu creativo” el nacimiento de este lenguaje, y no de “flojera lingüística”, aunque no sea permitido utilizar estas abreviaturas en los exámenes o en una comunicación formal.

Según anota María Victoria Martín (2010: 1-5), en Argentina, durante 2009, existían 49.799.744 teléfonos móviles, y las llamadas realizadas durante el mes de julio sobrepasaron los 4.307 millones, y se enviaron

5.515.400.000 mensajes de texto en un sólo mes, lo que equivale a 123 mil mensajes por minuto.

Doménico Chiappe, columnista de la revista Letras Libres (2008: 68, 69), comenta cómo la difusión de los mensajes de texto ha reestructurado los mensajes escritos, que ya no son pronunciables, pues sólo se pueden interpretar.

La escritura de los textos, anteriormente establecida, sufre cambios a causa de la redacción utilizada en los mensajes de texto, originados en un principio por la imitación del lenguaje tradicional; en otras palabras, se generó una mutación de la escritura. Se abrevian las palabras, se suprimen vocales, las palabras son reconocidas por su parecido con la palabra tradicional, por lo que el lenguaje de los sms ya no se basa en el sonido sino en la vista. Según Chiappe, este nuevo lenguaje no sustituye al anterior, sino que lo refuerza con nuevas expresiones, pues como lo muestra la historia, nuevos códigos se han instaurado por necesidades específicas y no han desaparecido los códigos que están enraizados en las sociedades.

A la escritura se le han agregado los emoticones, que simbolizan un sentimiento o una idea, por lo que pasa de ser considerado lenguaje escrito a ser lenguaje iconográfico, y éstas figuras y letras, consideradas por algunos sin ningún significado, sí provocan una respuesta en el receptor; pero no como sucede con la palabra escrita tradicionalmente, en cuyo caso hacía referencia a un objeto de la realidad. En el caso del lenguaje sms, se representa la imagen de la palabra que denomina al elemento de la realidad.

En vista de que no existen normas que limiten la escritura de los mensajes de texto, continúa la propagación de los códigos iconográficos.

Chiappe (2008: 68,69), explica por qué surge este nuevo lenguaje, y no se utiliza la escritura tradicional para enviar mensajes de texto: La limitada cantidad de caracteres permitida en cada envío provoca que el texto se abrevie y que a veces quede incompleto; el teclado del celular, en la

mayoría de los casos, no cuenta con letras separadas, sino que aparecen tres o cuatro letras en una misma tecla, por lo que resulta agotador escribir demasiadas palabras, ya que se debe pulsar hasta cuatro veces una tecla para obtener la letra deseada; los jóvenes viven en una sociedad que requiere un ritmo de vida acelerado; todo se debe hacer rápido, la sobreinformación es obsoleta, y sólo se busca una respuesta directa; además, surge como un lenguaje íntimo, en el que la informalidad es la base y las normas son creadas por cada individuo.

El auge de este lenguaje se debe a que existe un consenso entre los usuarios acerca del significado de los símbolos, con la salvedad de que el receptor debe estar vinculado íntimamente con el emisor; éste puede componer, con tres signos impronunciables, ideas completas con descripción, coordinación e incluso gestos.

Las carencias técnicas de los teléfonos móviles serán algún día superadas y este lenguaje llegará a ser un lenguaje culto, aunque no tenga posibilidades de pronunciación, lo cual no tiene mayor importancia, enfatiza Chiappe.

Amelia Castilla (2006: s/p) comenta cómo este “fenómeno lingüístico y social” preocupa a los especialistas de la lengua; cuenta que Javier Calzada trabajó arduamente para traducir la novela “Perro Callejero” (anagrama), escrita por Martín Amis, la cual contiene un argot complicado y utiliza también el lenguaje de los teléfonos móviles. Para descifrar el significado del poema, Javier Calzada acudió a sus hijos adolescentes y a compañeros de los muchachos.

Una de las páginas de la obra se lee así: “Hacia mediodía hora de Londres recibió el siguiente mensaje: ‘Kerido: t agrdzdc tanto tu consolador mnsaje....no snada pro las cosas estan + clars ahora. Siento como si m hubieran quitdo un pso de encma. A1que mi pdre tenga que kedar hospitalizado en st andrews gravmt enfermo... ¿sabs que pienso k m estoy enamorando d ti, clint’”

Esta novela refleja la realidad que viven, día con día, los más jóvenes, quienes utilizan su propio código para reducir las palabras y con ello poder enviar la información, en un espacio reducido. Si bien esto conlleva la pérdida total de la ortografía, situación que afecta a muchos su nivel de vocabulario; a otros no les afecta.

Muchos estudiantes utilizan este código también en sus tareas y exámenes. Como lo explica Antonio Muñoz Molina, escritor y estudioso de la lengua, citado por Castilla (2006: s/p): La tecnología no es la culpable de los problemas actuales, sino la falta de juicio y conocimiento de muchos, que no saben utilizarla, y agrega que la educación debe favorecer el uso de la palabra y no permitir que se pierda, aunque los jóvenes se motiven por este lenguaje que los identifica y distingue de los adultos.

Para Muñoz Molina, no es cuestión de oponerse a los avances tecnológicos y las facilidades que éstos ofrezcan, sino de evitar que afecte la escritura correcta y que este lenguaje de textos no se utilice para otro tipo de comunicación, si bien es cierto que no se escribe como se habla, se debe tener en cuenta que no es lo mismo hablar con un amigo que tener una comunicación formal.

La lectura, también podría verse afectada, como comentan en su tesis *José Luis Hernández Pacheco y Emilio Miraflores Gómez (s/f: 2)*, quienes explican que la vista capta las palabras en su totalidad y no letra por letra, entonces, si la palabra queda mutilada o se cambian las primeras y últimas letras de su estructura, es probable que nuestro campo visual no interprete el mensaje transmitido, y cuando necesitemos utilizar esta capacidad que se desarrolla con la lectura de textos escritos correctamente, ya no podremos hacerlo.

En Gran Bretaña se realizó un estudio que muestra que cuando las personas, en su mayoría mujeres, consumen demasiado alcohol, están propensas a enviar mensajes de texto de los que después se arrepienten,

pero lo que es tal vez más importante, es la pérdida del uso de las reglas ortográficas y de redacción.

Silvia Betti (2006: 7) escribe en su estudio “La jerga Juvenil de los SMS”, que es un lenguaje considerado por algunos como una manera creativa de transmitir mensajes, propia del siglo XXI y que profesionales en el tema enfatizan que es un código escrito que trata de imitar al hablado, agregando onomatopeyas, frases coloquiales, una fuerte expresividad, e incluso emoticones para sustituir los gestos, lo cual no daña la escritura; por el contrario, está creando una nueva generación de escritores jóvenes que ya se había perdido.

Otros críticos opinan que sí se afecta la gramática y la ortografía, ya sea por la falta de costumbre de una escritura correcta o por desconocimiento de la misma, además de no ser un lenguaje igual al oral, pues no se pueden transmitir los “rasgos prosódicos, los cambios de entonación, de timbre, ni los rasgos paralingüísticos o extralingüísticos, como los gestos y las expresiones faciales”, que ayudan a la comunicación y evitan malos entendidos. Un beneficio de los mensajes de texto es que se eliminan las “muletillas” ya que no se da tanta repetición de palabras, y posibilitan la revisión, permiten borrar un mensaje antes de enviarlo para que no existan arrepentimientos, contrario al lenguaje oral.

Según algunos especialistas, este código puede propiciar el individualismo, la dependencia, la incultura, la falta de imaginación, la simplicidad del lenguaje y de pensamiento, porque sólo se transmiten las ideas básicas; provoca una grafía infantil en los escritos de los jóvenes, pues por tanto escribir con el teclado, ya no practican la escritura manual; afecta el uso correcto de los tiempos verbales: el pretérito, el futuro, el subjuntivo son poco utilizados, ya que en su mayoría, los mensajes son escritos en tiempo presente.

Un aspecto positivo, agrega Betti, es el sentimiento de compañía; genera la conexión por mensajes de texto y permite a los jóvenes sentirse miembros de un grupo.

Martínez y González (2011: 2) escriben que en la mayoría de mensajes, la comunicación afectiva ocupa un porcentaje considerable, aunque, como lo comenta la psicoterapeuta Elena Viau de González, los mensajes ahorran tiempo y acortan distancias, pero también provocan distanciamiento y afectan la intimidad de las parejas, pues se vuelve común el uso de frases “estereotipadas”, se pierden el romance y el afecto.

Según Francisco Alvizúrez Palma (citado por Martínez y González), estos códigos sin normas no deben alarmarnos; por el contrario, son una muestra de que el idioma está vivo. Carlos Interiano, comunicador y semiólogo, explica que este lenguaje favorece lo funcional, aunque no así lo gramatical.

Como lo explica María Victoria Martín (2010: 1), la identidad de los jóvenes se conforma a través del teléfono celular; a la vez que los separa por la distancia, también los une entre sí, gracias a los símbolos utilizados para enviar los mensajes; tanto a emisor como a receptor, les resultan atractivos, motivantes y los hace sentirse distintos a los adultos; “la identidad, al tornarse expresiva en el sujeto individual o colectivo, depende del reconocimiento de los otros”; tal reconocimiento se realizará en la medida en que las personas se comuniquen y dialoguen; es a través de las relaciones comunicativas, que los jóvenes se identifican con los demás.

Los aparatos y lenguajes utilizados en éstos se transforman en signos culturales, según lo menciona Lomas (2001: 3) los cuales representan estatus. No sólo sirven para cubrir necesidades básicas; también se utilizan por placer, vanidad y personalidad.

Son fetiches de la sociedad consumista, que los medios de comunicación masiva, manejados por quienes controlan el poder, hacen ver

como indispensables y contribuyentes a mantener la democracia de los consumidores.

Las personas dependen de otras para reconocerse a sí mismas e identificarse como tales, aunque, como lo menciona Héctor Shalom (2008: 10), tengan que pagar un alto precio por sentirse pertenecientes a un grupo.

Los adolescentes se encuentran en un “proceso de construcción de la identidad” en donde los padres, maestros y, en definitiva, los adultos, pierden valor en la vida de los jóvenes; y los amigos se convierten en verdaderos aliados, y el grupo al que cada adolescente pertenezca juega un papel importante.

Dentro de las normas que los jóvenes deben seguir, están: saber distinguir a qué grupo desean pertenecer; tomar las decisiones correctas, pensando en los valores sociales y culturales que les han legado en el hogar, antes que en el placer desmedido.

Para los jóvenes, la inmediatez es esencial; para ellos todo debe ser “aquí” y “ahora”; la satisfacción debe ser instantánea, y quien consigue adquirirlo de inmediato es el más poderoso. Muchos jóvenes harán lo que sea necesario para sentirse aceptados dentro del grupo al que desean pertenecer.

Los comercios aprovechan los anhelos de los adolescentes y les hacen creer que necesitan objetos: zapatos, celulares, MP3, jeans, ipods; para estar “a la moda” y “no quedarse fuera”. Las estrategias de los vendedores, en un mundo consumista, son de las más variadas, utilizando el marketing y la publicidad para alcanzar sus objetivos, poniendo como “principal consumidor” a los adolescentes, por ser los más vulnerables.

Rossi (2010: 9) comenta cómo la publicidad es ahora un negocio millonario, y son los jóvenes las principales víctimas del consumismo; los medios publicitarios utilizan frases agradables, imágenes llamativas y

“tonadas” motivadoras, que, al repetirse una y otra vez, penetran en la mente de los consumidores.

Si bien, los jóvenes carecen de muchos requerimientos para ser un ciudadano modelo, la sociedad en que viven es responsable de coadyuvar a su formación.

Barbero, citado por María Victoria Martín (2010: 2), explica que los símbolos utilizados para la identificación de los jóvenes son enviados y recibidos a través de medios específicos, y también forman parte importante de la comunidad. Los símbolos son creados de manera no reproductiva, es decir, que requieren de la producción de sentidos; agrega que, a diferencia de lo expresado por otros críticos de los medios de comunicación, para él los medios categorizan y dan sentido a la vida de muchas personas, aunque cada vez nos convertimos más en consumidores que en ciudadanos.

Rodríguez (2002: 30) observa la necesidad de los jóvenes por transmitir sus emociones a personas con características similares a las de ellos; por eso, los amigos se convierten en una gran influencia y son muy importantes en sus relaciones. Además, ellos poseen las características, definidas por Lomas (33: 6), de ser susceptibles a la seducción publicitaria; consumen las situaciones que se les presenten agradables e imitan estilos de vida ajenos al propio.

Los jóvenes se comunican con diversos símbolos, aunque un texto deba contar con las características descritas por Le Comte, citado por Marín (2009: 48): “además de invitar al lector, logra mantener la atención por el tiempo necesario, mostrando el orden y el significado con claridad”. También menciona que es un producto elaborado a raíz del intercambio entre emisor y receptor, por lo que se considera dinámico y, a la vez, complejo, pues requiere de la intervención de diversos elementos corporales y emocionales de ambos comunicadores; en él, las palabras se ordenan conforme a un contexto determinado, tomando en consideración, además de ese orden, la estructura de éstas, con unidad visual, gracias a los signos de puntuación.

9.11.1. Mensajes de texto de internet a teléfono móvil

La página Mensajes a Celulares. Net (s/f: s/p) informa: los mensajes de texto a celular podrán ser enviados a teléfonos que dispongan de esta modalidad. Existen diversos sitios en internet, proveedores de este servicio gratuitamente, aunque algunos proveedores de telefonía celular pueden cobrarle al receptor.

Este servicio se podrá utilizar, si se cuenta con un navegador de internet (Mozilla, Internet, Netscape, etc.). Las opciones de envío son limitadas y no se cuenta con ninguna ayuda para elaborar los textos.

Se deben escribir ciertos datos requeridos, así como códigos de envío, y al ser completado el proceso, se avisa que el mensaje ha sido enviado.

9.11.2. Lenguaje utilizado en los mensajes de texto

Lenguaje SMS, como le llaman los creadores del artículo “Lenguaje SMS” en la página www.1de3.com (2005: s/p), considerado más una jerga que un lenguaje, pues no es utilizado por todas las personas, sino, en su mayoría, por adolescentes, quienes dedican la mayor parte de su tiempo, libre o no, para comunicarse a través de celulares con este nuevo código, que, por resultar más económico en tiempo, dinero y esfuerzo, ha sido bien acogido por los jóvenes, que rechazan las normas establecidas, y se sienten identificados con este lenguaje.

En este código se usan algunos signos pictográficos y la oralidad trata de penetrar al campo escrito, por lo que se eliminan letras, mayormente vocales, que son innecesarias, y se rige de ciertas normas, establecidas por los usuarios del mismo.

Es un lenguaje críptico, como refiere Rodríguez (2002: 22), por ser muy abreviado, en el que sobresalen las consonantes, características fonéticas y muchos códigos iconográficos, denominados *emoticones*. Los jóvenes crean nuevos lenguajes y se desarrollan como una contracultura, opuesta a la cultura establecida, un “antilenguaje”, para reaccionar contra las normas, afectando considerablemente a la morfología y, en menor medida, a la sintaxis.

Como lo menciona Pérez Felipe (2003: 732), en este lenguaje “la cohesión es prácticamente nula”; la gramática se considera innecesaria, así como otras reglas que aseguren la coherencia y el entendimiento, esto debido, probablemente a la falta de espacio disponible para elaborar el mensaje y a la brevedad requerida para comunicar las ideas. Constituyen un tipo de “discurso determinado por la cultura comunitaria” que surge provocado por los avances tecnológicos, y que posee características similares al telegrama, y muy parecidas a los mensajes de chat.

Martín (2010: 4) explica que los mensajes de texto favorecen la comunicación escrita, pues en este caso, la misma se desarrolla con características especiales: utiliza un estilo único, que se ubica entre lo oral y lo escrito, es coloquial, abreviado y con un fuerte componente gestual, elimina conectores y conjunciones, en algunos casos se suprimen los espacios entre palabras; todo esto debido a que los jóvenes escriben y a la vez hablan por medio de esas abreviaturas, siglas, números, signos gráficos.

Según Lorente (2002: 20), este lenguaje no es nuevo; ya Víctor Hugo había empleado signos abreviados para comunicar la inquietud que tenía respecto de qué le había parecido, a un editor, su última obra, enviando únicamente: “?”, y el editor respondiendo “!”, entendiéndose mutuamente, sin necesitar más palabras. Al igual que el hebreo, que no requiere vocales; o el inglés, que abrevia muchas palabras: ok, o el signo &, para and; o bien la taquigrafía, que crea un lenguaje sumamente abreviado en pro de la velocidad.

Los adolescentes siempre han creado códigos para comunicarse entre sí, y no ser entendidos por los adultos, y para tomar apuntes en clase.

No requiere del desarrollo de destrezas ortográficas, de redacción, ni de caligrafía, como lo refiere Vargas (2010: 43). Los jóvenes pobremente educados están posibilitados para desempeñar cargos en que se necesita enviar y recibir mensajes de texto, pero, paradójicamente, se ha perdido el valor de la escritura manual, del arte caligráfico y la importancia de la ortografía, debido a que la computadora corrige los errores cometidos al escribir.

9.11.3. Normas del “Lenguaje SMS”

El artículo mencionado en el párrafo anterior incluye una serie de normas que rigen el lenguaje de los mensajes de texto; entre ellas:

- Se eliminan las vocales (casi todas) y algunas consonantes. Ejemplo: “msj”, en lugar de “mensaje”; “mñn” para sustituir “mañana”.
- Las consonantes se utilizan, por su sonido, como una palabra. Ejemplo: “t”, en lugar de “te”; “m” y no “me”, “n” para significar “en”.
- Supresión de la letra h. Ejemplo: “hola”, en lugar de “ola”
- Uso de la letra “k” inicial, antepuesta a las vocales abiertas “a”, “e” y “o”. Ejemplo: “Ke tl”, en lugar de: “¿Qué tal?”
- Empleo de consonantes, en lugar de dígrafos: “x”, por “ch”; “y”, por “ll”; “q” en lugar de “qu”. Ejemplo: “xca”, en lugar de “chica”.
- Eliminación de preposiciones y artículos. Ejemplo, “qdmós 7” para sustituir: “quedamos a las siete”.

- Supresión de tildes, apóstrofes y signos de admiración e interrogación al inicio de la oración. Ejemplo: “dnd?” por “¿dónde?”.
- Utilización fonética de números y símbolos matemáticos. Ejemplo: “x fa” en vez de “por favor”; “to2” en lugar de “todos”.
- Uso de abreviaturas inglesas o castellanas. Ejemplo: “ok”; por “de acuerdo”, “tel” por “teléfono”.
- Empleo de mayúsculas para imitar un grito. Ejemplo: “KYT” en lugar de “¡cállate!”.
- Uso de construcciones específicas. Ejemplo: “tkm”, para decir “te quiero mucho”, “llámame”, se sustituye por “ymm”.
- Utilización de “emoticonos” (caritas sonrientes) para expresar estados de ánimo o aclarar alguna frase que podría generar duda o tener doble sentido. Ejemplo: “:-(“ para expresar “tristeza”, o “:-)”, para decir “es broma”.

A estas normas, Rubén Guberns, citado por Taquini (2010: 39, 40), agrega:

- “Siglas (para locuciones): fyi = para tu información, para que sepas (del inglés: “for your information”); “hm” en lugar de “hasta mañana”.
- Logogramas: además = ad; también = tb.
- Estiramientos gráficos: adiós = adiossssss (y omisión de tildes).
- Otros: aglutinación de palabras, distorsiones de énfasis (por ej: poner muchos signos de exclamación o de interrogación); combinaciones tipográficas; onomatopeyas : “je,je”, “ muack”.

9.11.4. Las abreviaturas

Para Lehmann (2006: s/p), las abreviaturas en los mensajes de texto se utilizan con el propósito de comunicarse de manera “rápida y económica”, pues mientras menos caracteres escriban, el mensaje será más amplio; esto, debido a que los servidores de telefonía sólo permiten enviar 160 caracteres, incluyendo espacios en blanco. Por ejemplo: “a2”, en vez de “adiós”, o escribir “tk”, en lugar de “te quiero”.

Paula Lorenzo (2006: s/p), en el debate “El fenómeno social de los mensajes de texto por celulares”, cita a Howard Rheingold, quien en una entrevista menciona que “para los jóvenes es esencial estar todo el tiempo en contacto con su grupo social inmediato; además, el SMS es una forma sencilla de hacer contactos informales con potenciales compañeros de salidas. En el SMS los padres y profesores no son intermediarios de las comunicaciones”. Aunque también el precio es una variable para los más jóvenes; acortar las palabras y enviar un mensaje de texto resulta mucho más económico que establecer una comunicación de voz.

Chiappe (2008: 69) opina que estas “pictografías abreviadas” son funcionales entre los jóvenes que han establecido las normas para su utilización lo cual les resulta práctico y útil, ya que “representan al objeto, la acción, el pensamiento, la exclamación, la situación”, pues sólo se requiere la creatividad y conocimiento de las reglas de uso de parte del receptor, quien, al conocer al emisor, no encuentra dificultad para la comprensión de los mensajes. “De tres signos impronunciables puede componerse aquello a lo que aparentemente renuncia la transmisión instantánea del mensaje: la descripción, la coordinación, incluso el gesto”.

Según Hernández y Miraflores (s/f: 6), las abreviaturas de los mensajes de texto se crean acortando la palabra, por medio de la eliminación

de algunas letras (vocales o letras finales), sin cambiar el orden de la palabra original. Por ejemplo: “tel”, en lugar de “teléfono”. La diferencia entre las abreviaturas establecidas y la mayoría de las utilizadas en el lenguaje sms, radica en que en estas últimas se elimina el punto final.

9.11.5. Las Siglas

Una sigla, según el Diccionario de la Real Academia Española, es una palabra compuesta por el conjunto de letras iniciales de una estructura de palabras más amplia o compleja.

En el caso de las siglas utilizadas en los sms, éstas se caracterizan por reducir las palabras. Por ejemplo: “asc”, sigla utilizada para indicar: “al salir de clase”; “xfa”, en vez de “por favor”.

9.11.6. Los emoticones

Un emoticón es, como lo mencionan González y Martínez (2011: 3), un rostro pequeño, conformado con signos de puntuación y signos auxiliares (puntos, comas, guiones, dos puntos, etc.) que surge en 1881 en la revista Puck de los Estados Unidos, para representar gestos graciosos de la telegrafía. En 1982 vuelve a aparecer en un mensaje electrónico escrito por Scott Fahlman, catedrático de Informática, quien colocó al final de su mensaje los símbolos :-).

Martín (2010: 4) describe los emoticones como pequeñas figuras, elaboradas con las teclas del celular, que transmiten connotaciones desde el punto de vista emotivo. “La mimesis de la oralidad se evidencia perfectamente gracias al empleo de los íconos”, los cuales sustituyen gestos y mímica de las conversaciones orales, que funcionan no sólo para informar una emoción, sino también de forma fáctica, pues verifican si se mantiene la comunicación de la manera esperada.

A este concepto de emoticón, Mar Cruz Piñol (1999: s/p) agrega que, debido a las dificultades de expresividad que presentan los mensajes de texto, o a los malos entendidos que producen algunos mensajes, se han creado símbolos que representan emociones, estados de ánimo o ayudan a aclarar alguna idea: los emoticones que se “dibujan” con las teclas del móvil y se pueden interpretar girando un poco la cabeza.

Para Caravantes (s/f: s/p), un emoticón es un símbolo compuesto por caracteres que representan “actitudes o situaciones personales”; entre los más conocidos se encuentran:

:-) Sonrisa genérica, simpatía, felicidad. disgusto.	:-(Tristeza, pena,
:D Hablar con una sonrisa / una risa.	:))) Muchas sonrisas.
:(((Muy triste, profundamente apenado.	X-D Muerto de risa.
:o Sorpresa.	:O Sorpresa mayor.
;-) Guiño (complicidad).	:-x Besando.
:*) Recibiendo besos en la mejilla.	:-@ Gritando.
:-/ Dudoso o escéptico.	O Aburrido (bostezo).
:-l Pensando / Indiferente.	:-# Censurado.
>:-) Sonrisa diabólica.):-) Irónico / Picarón.
:,(Llorando, una lagrimita.	:,,,(Llorando más.
%-) Mareado.	O:-) Santo / Inocente.

Poseen una forma icónica; de ahí su nombre: “emotional icons”; a éstos González Kish (2009: 42, 43) les da el apelativo de “alfabeto visual”, emociones a través de íconos, que, a partir de 1963, gracias a Harvey Ball, quien utiliza la carita alegre: ☺ para motivar al personal de una empresa y a partir de ése momento siguen surgiendo nuevos estilos que interpretan gestos humanos faciales y, en algunos casos, corporales que se pueden clasificar en distintas categorías:

- Emoticones gráficos: “son aquellos que se representan utilizando una imagen en lugar de caracteres”.
- Emoticones con movimiento: son imágenes que se mueven para aumentar la expresión del gesto que se quiere representar.
- Emoticones con movimiento y sonido: representan un gesto que no sólo posee movimiento, sino interpreta el sonido del acto que se imita.
- Emoticones zoomorfos: animales con características humanas.
- Emoticones diversos: paisajes, banderas, vehículos, aviones, etc.

9.11.7. Diccionarios de mensajes de texto

Según la página SitiosArgentina.com.ar (2011:s/p), el primer diccionario, “Exo x ti y xara ti” surge para que los usuarios de telefonía e internet puedan comprender los signos más utilizados en los mensajes de texto.

La Real Academia Española podría crear un diccionario de mensajes de texto, como lo refiere Oquendo, para el periódico “El Tiempo” (2008: s/p), pues el Director de esa institución, Víctor de la Concha, acepta que la lengua es del pueblo y está consciente del auge obtenido por los mensajes a través de internet y celular; y asegura que las academias de la lengua deberán normar esta escritura, según declaraciones hechas para El Tiempo, de Bogotá.

En un artículo escrito por John Stwar (2009: s/p) en la Revista Virtual “Tecnología 7”, se comenta que el lenguaje SMS, “dialecto práctico, rebelde, instantáneo y transgresor”, utilizado por los adolescentes para relacionarse

entre sí por medio de mensajes de texto de celulares o internet, ya cuenta con un diccionario, creado por la Asociación de Usuarios de Internet: “*Exo x ti y xa ti*”. El mismo posee, aproximadamente, 11,364 términos y abreviaturas, más usados en este lenguaje, escritos en castellano, catalán, gallego y euskera, con el objetivo de “ayudar a los padres, profesores y lingüistas” para familiarizarlos con este código, de moda entre los adolescentes.

Entre los términos más utilizados de este diccionario, como lo refiere la Enciclopedia Wikipedia (2011: s/p), se distinguen:

+ (más)	a2 (adiós)	ad+ (además)
salu2 (saludos)	tmb (también)	tp (tampoco)
ppio (principio)	nd (nada)	ak (acá)
q (que)	qndo (cuando)	tkm (te quiero mucho)
xa (para)	xo (pero)	xq, xk (porque)
x (por; beso)	xlo- (por lo menos)	xoxo (abrazos y besos)
bn (bien)	bno(bueno)	ns vms dsps (nos vemos después)
ntc (no te creas)	wenas (buenas)	= (igual)
m da = (me da igual)	xq (¿Por qué?)	

9.12. Las NTIC y las nuevas formas de lenguaje utilizadas en los mensajes de texto

La palabra tecnología proviene, según lo define Marín (2009: 5), de *teckné* = arte, al igual que *técnica*, aunque sus significados sean distintos, ya que la *técnica* se relaciona más con las capacidades de manipular instrumentos en tanto que la *tecnología* con los instrumentos que facilitan el quehacer de las personas; es decir, son mediadores de las personas y se asocian con la calidad de vida y con el desarrollo social.

Las Nuevas Tecnologías han sido creadas por los humanos para satisfacer sus necesidades, y los cambios drásticos que conlleva el desarrollo han requerido que la tecnología cambie de manera vertiginosa, por lo que un instrumento que no lleva mucho tiempo en el mercado puede volverse obsoleto en cuestión de días. En este sentido, tecnología es todo lo creado por el hombre en pro del confort y la viabilidad del trabajo, diferenciándose entre sí por su utilidad, manejo y complejidad de uso.

Por ello, existe una primera clasificación de objetos, en “comunes, tecnológicos y computacionales” y una segunda que los separa en tres concepciones: “práctica, metodológica y metodológica avanzada”. En la primera división los objetos fáciles de utilizar; en la segunda, objetos que, si bien no pueden ser utilizados por personas sin ciertos conocimientos previos, tampoco requieren un manual de uso, y en la tercera categoría se ubican las computadoras y otros aparatos de uso complicado que requieren de un experto o una serie de instrucciones previas.

La tecnología pretende contribuir a la comunicación eficaz y eficiente entre personas, por lo que el reto para los nuevos creadores tecnológicos será lograr este cometido.

Según Sánchez Lobato (2007: 481), los textos electrónicos han creado “nuevos formatos y soportes comunicativos”, los cuales transforman la escritura tradicional. El chat, el correo electrónico, los foros, y los mensajes de texto provocan que el espacio virtual contenga textos con un lenguaje distinto, muy cercano al oral.

La escritura de los mensajes de texto es un fenómeno social, en el cual aparecen signos empleados en otros medios tecnológicos como el chat.

Taquini (2010: 70, 71) informa cómo las nuevas tecnologías de información y comunicación (NTIC) han generado cambios en la manera de estudiar, vivir y relacionarnos; la sociedad ha absorbido de manera impresionante a los medios de comunicación globalizantes como el internet,

el televisor con señal satelital y el teléfono móvil, que cuentan con la ventaja del audio, la imagen, la velocidad y la cobertura.

Los celulares más avanzados poseen un teclado QWERTY (teclado alfanumérico, llamado así por el orden en que aparecen las letras en él) más fácil de utilizar y no requiere tener que presionar las teclas, tres o cuatro veces para obtener una letra; además tiene la opción de seleccionar algún texto pre elaborado. Pero, aunque estas opciones ayuden a escribir las palabras compuestas, es probable que los jóvenes escriban abreviado y alternen números con íconos e imágenes, por otra razón: estar a la “moda”, identificarse entre sí, atracción por la interactividad y sentirse diferentes.

Otros como los BlackBerry o los iPhones, que también poseen teclado alfanumérico cuentan con diversas funciones: acceso a internet, facebook, chat, así como pantalla touch, que facilita la escritura y el acceso a diversas redes sociales y software.

Desde los teléfonos móviles puede obtenerse información diversa, ya que muchos cuentan con servicio de internet, por lo que los celulares también se pueden utilizar para educar; es el caso del “mobile learning” o “m-learning”, una variable actualizada del “e-learning” o educación a distancia: plataformas virtuales en las cuales se obtienen contenidos y experiencias educativas de diferentes tipos.

Llopis (2009: s/p) observa cómo las posibilidades de video, fotografía, música y acceso a internet convierten al teléfono celular en una herramienta tecnológica sumamente útil, y que podría ser explotada en el aula. Un docente de Ciencias, por ejemplo: podría pedir las fotografías de un ecosistema; un catedrático de Lenguaje, que escribieran un texto o grabaran una dramatización. Las TICs provistas por los móviles contribuyen a una educación interactiva y dinámica, con la salvedad que para enviar contenidos como fotografías, videos, e imágenes con acción, el teléfono debe contar con el servicio “mms”, o “sistema de mensajería multimedia”. Con esto se corrobora lo que menciona McLuhan (1989: 16,17) respecto de las nuevas

formas de comunicación intensifican algo en una cultura y vuelve obsoleta otra, y sufren un cambio cuando se les lleva más allá de los límites de su potencial; la tecnología establece nuevas formas de relación entre los hombres y los medios creados por éstos para comunicar sus ideas.

Martín (2010: 5) comenta la existencia de nuevos formatos de mensajes, como el sistema Spin Vox, que permite dejar un mensaje de texto y ser transformado en mensaje de voz; así también el nuevo sistema utilizado en el Nokia Braille Reader, que permite recibir vibraciones en lugar del mensaje escrito, ideal para invidentes que desean transmitir sus mensajes de manera silenciosa.

Aparici (2004: 55-61) manifiesta que existen otras opciones comparables al SMS; entre ellas: el EMS, el WAP push y el MMS. El EMS (Extended Message Service o servicio de mensajería avanzada) permite agregar canciones, imágenes fijas, imágenes con movimiento, sin importar el tamaño, y un control de texto que indica cómo se verá el mensaje. Los mensajes WAP push son mensajes de texto que permiten iniciar una sesión de navegación WAP (Wireless Application Protocol: protocolo de aplicación inalámbrica), es decir, tener acceso a internet desde el celular o hacia un sitio WAP determinado. Según las características del teléfono del receptor, pueden aparecer como un SMS o en una bandeja de entrada específica para mensajes WAP push. El MMS (Multimedia Message Service, o servicio de mensajes multimedia) ofrece la posibilidad de enviar mensajes con un contenido que supera considerablemente los mensajes corrientes de SMS, e incluso, los mensajes EMS. Los mensajes MMS, que están basados en IP (el protocolo de Internet) y pueden contener mensajes en cualquier formato de texto, imagen y audio, incluyen imágenes de varios colores, sonidos y melodías, así como mensajes de texto EMS. Es posible enviar mensajes MMS a direcciones de correo electrónico.

Lo expresado anteriormente, corresponde a los temas que comprende la fundamentación teórica, los cuales complementan la investigación y le sirven de sustento.

10.Resultados

Los datos obtenidos responden a la aplicación de dos instrumentos de investigación: un cuestionario contestado por los estudiantes de tercer grado del ciclo básico de los institutos públicos de la zona 1 de la ciudad Capital: Belén, Instituto Normal Centro Americano, María Luisa Samayoa Lanuza, Central para Varones y Rafael Aqueche y un cuestionario que fue aplicado a los docentes que imparten diversos cursos en el mismo grado, de los establecimientos educativos ya mencionados, para conocer su opinión, durante los meses de abril y mayo del presente año 2011.

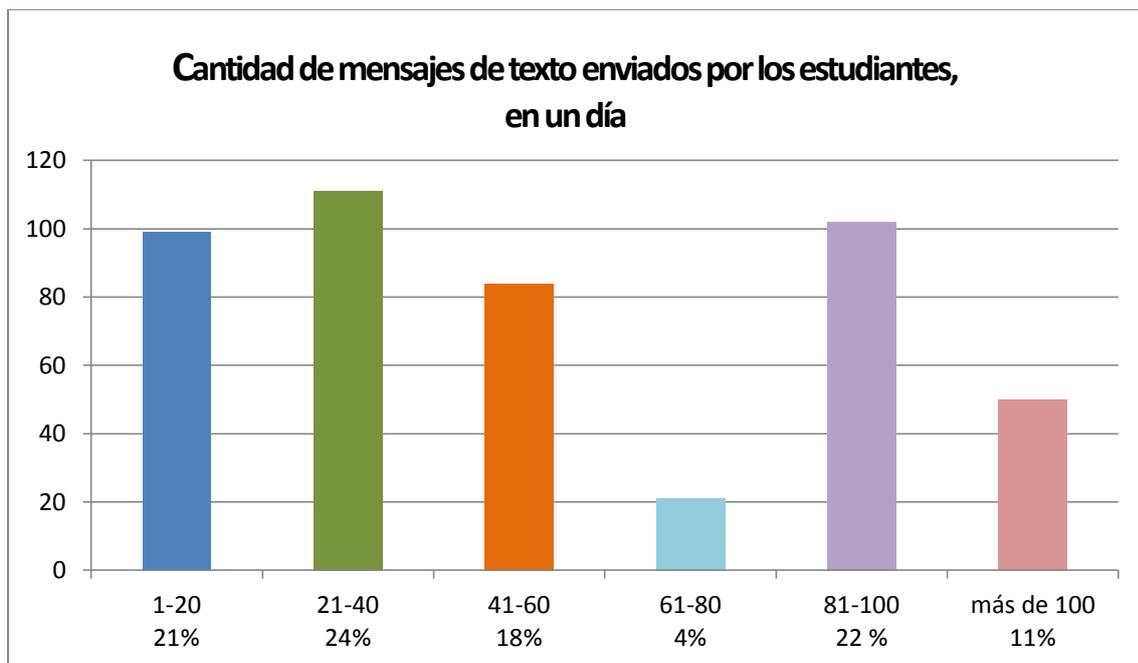
Los resultados fueron organizados y anotados en tablas elaboradas para tal efecto, luego de haberse sumado las respuestas de cada establecimiento, a las cuales se les asignó el respectivo código de identificación.

Posteriormente, se procedió a su análisis cuantitativo y cualitativo. Los resultados son presentados en gráficos ordenados según las dos variables de trabajo: A. "Mensajes de texto de celular" y B. Proceso de comunicación escrita, dichas gráficas se explican detalladamente, para una mejor comprensión.

10.1. Mensajes de texto de celular

10.1.1. Mensajes de texto enviados por los estudiantes, en un día

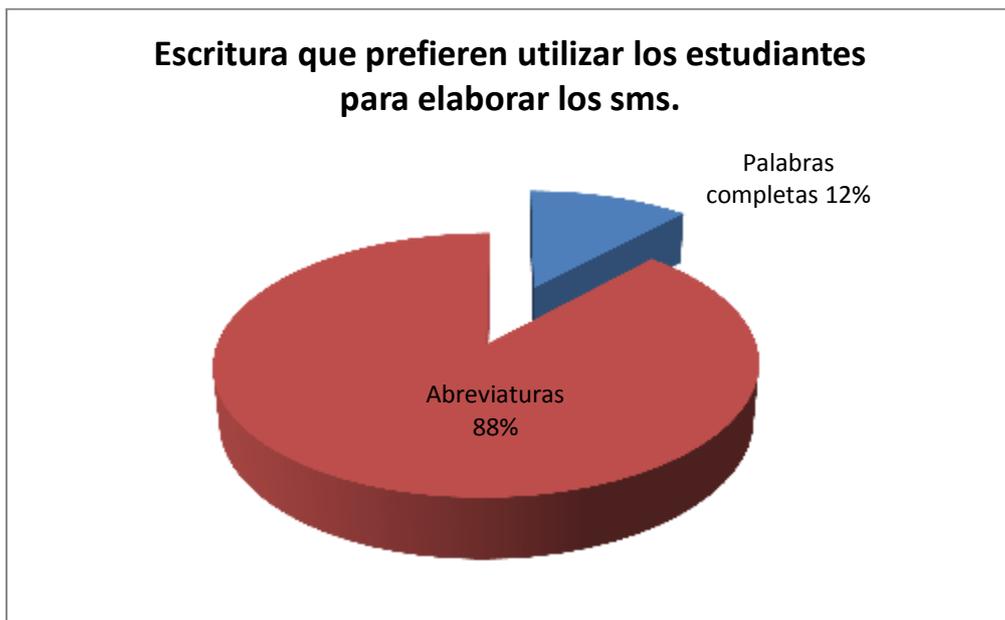
Mensajes de texto enviados por los estudiantes, en un día						
Rangos	1-20	21-40	41-60	61-80	81-100	Más de 100
Resultados	99	111	84	21	102	50



Un 24% de los 473 estudiantes que se comunican por medio de mensajes de texto, envía de 21 a 40 mensajes de texto en un día. Un 22 % envía entre 81 y 100 mensajes a diario, lo que se considera un porcentaje relativamente alto, al igual que la cantidad de mensajes de texto.

10.1.2. Tipo de escritura que prefieren utilizar los estudiantes para elaborar los mensajes de texto

Escritura que prefieren utilizar los estudiantes para elaborar los sms	Resultados
Palabras completas	55
Palabras abreviadas	413



La mayoría de estudiantes considera que es mejor escribir palabras abreviadas que completas, pues resulta más fácil, económico y se trata de una moda que es aceptada entre los usuarios. Esto evidencia que la escritura de palabras completas está quedando relegada, debido al uso constante de mensajes de texto, pues sólo un 12 % del total de la población encuestada escribe las palabras como las reglas del español lo exigen.

10.1.3. Código que prefieren utilizar los estudiantes para elaborar mensajes de texto

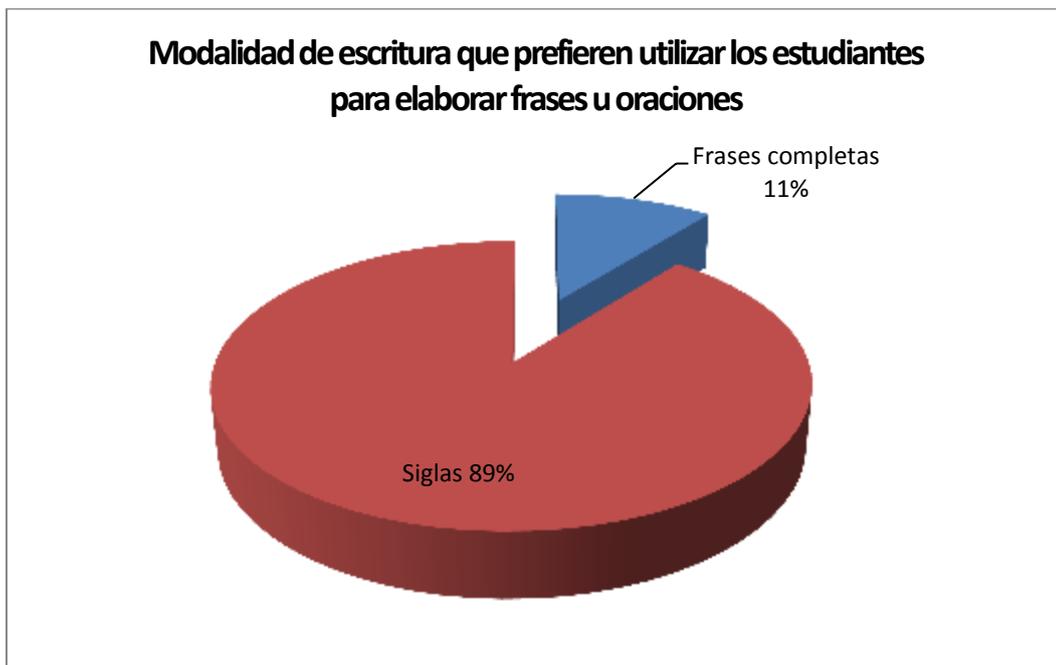
Código que prefieren utilizar los estudiantes para elaborar sms	Resultados
Escribir sus emociones	162
Emotición	309
No responde	02



De los 473 estudiantes encuestados, 309 respondieron que prefieren elaborar un emoticón, en lugar de escribir lo que sienten. Esto significa que el 66% de la población estima que es más fácil, cómodo y económico expresarse por medio de un dibujo sencillo. Los alumnos opinaron que son agradables, curiosos y que expresan todo lo que ellos desean transmitir. Un 34% considera que es mejor describir con palabras el sentimiento que se quiere transmitir, pues un emoticón es muy simple.

10.1.4. Modalidad de escritura que prefieren utilizar los estudiantes para estructurar frases u oraciones

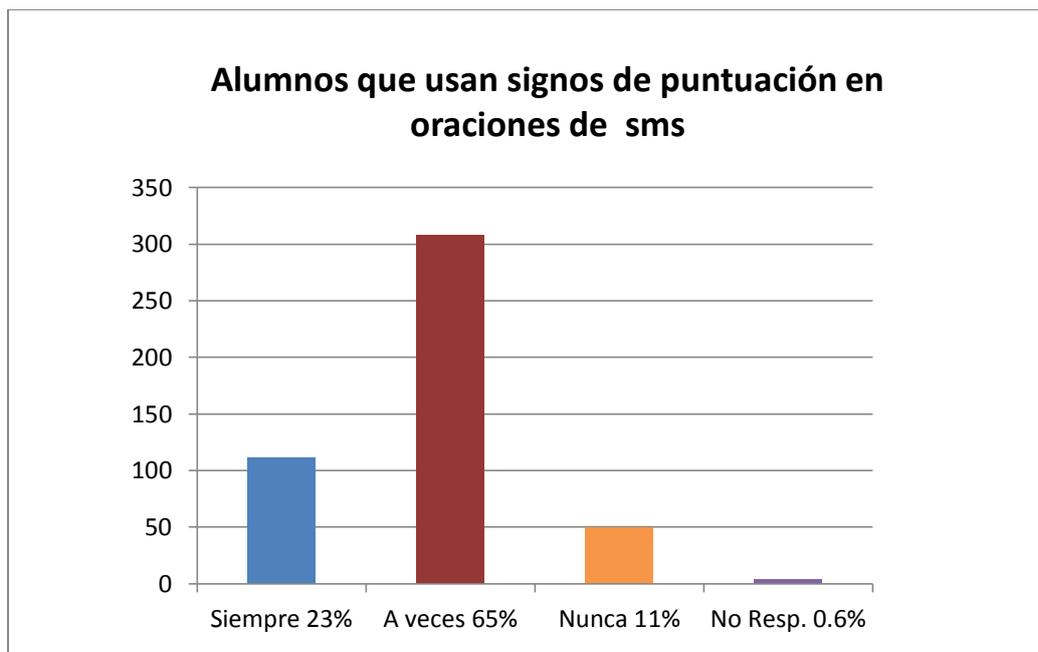
Modalidad de escritura que prefieren utilizar los estudiantes para estructurar frases u oraciones	Resultados
Frases u oraciones completas	50
Siglas	423



El 89% de los alumnos respondió que utiliza siglas para elaborar mensajes de texto, es decir, que un porcentaje elevado de estudiantes prefiere escribir la primera letra de las palabras de una frase o una oración (siglas) para comunicar sus pensamientos, en lugar de estructurar la frase completa; manifestaron que es más fácil, económico y es lo común. Sólo un 11% de la población encuestada considera que es mejor escribir la frase completa, pues las siglas no siempre son entendidas por todos los receptores, y las palabras completas son más expresivas.

10.1.5. Uso de signos de puntuación en las oraciones que escriben los estudiantes en los mensajes de texto

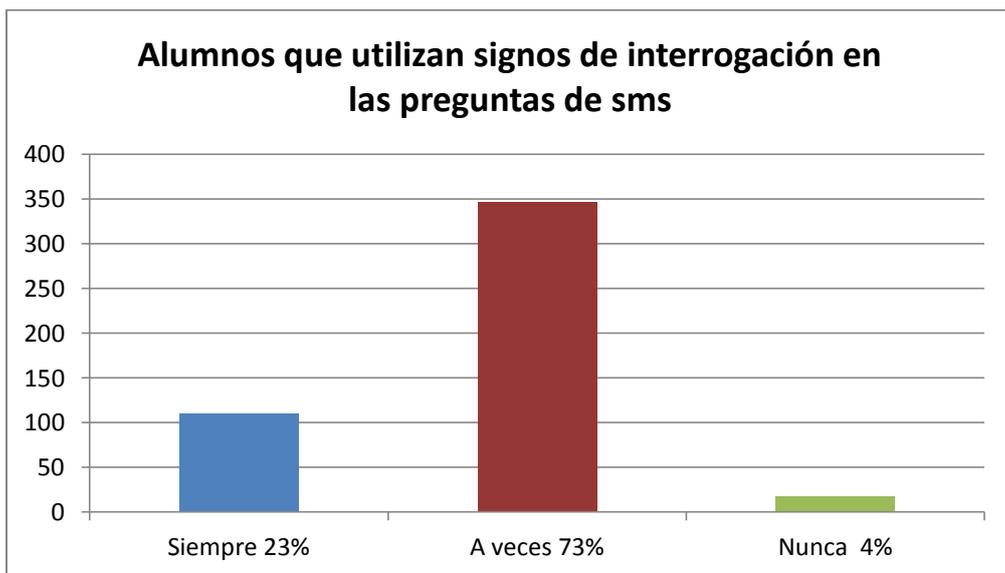
Uso de signos de puntuación en las oraciones que escriben los estudiantes en los mensajes de texto	Resultados
Siempre	112
A veces	308
Nunca	50
No responde	3



De los 473 estudiantes encuestados, 308 respondieron que a veces utilizan signos de puntuación para estructurar oraciones, pues creen que no son necesarios, ya que el destinatario entiende el significado del mensaje sin ellos; opinaron que en la mayoría de ocasiones se les olvida colocar signos de puntuación, quitan tiempo y espacio, además de ser aburridos, y cuando los usan es sólo para hacer dibujos con ellos. Un 23% respondió que siempre utiliza signos de puntuación, a fin de evitar confusiones, pues comprenden que sin ellos se puede malinterpretar el mensaje.

10.1.6. Alumnos que utilizan signos de interrogación en las preguntas de los mensajes de texto

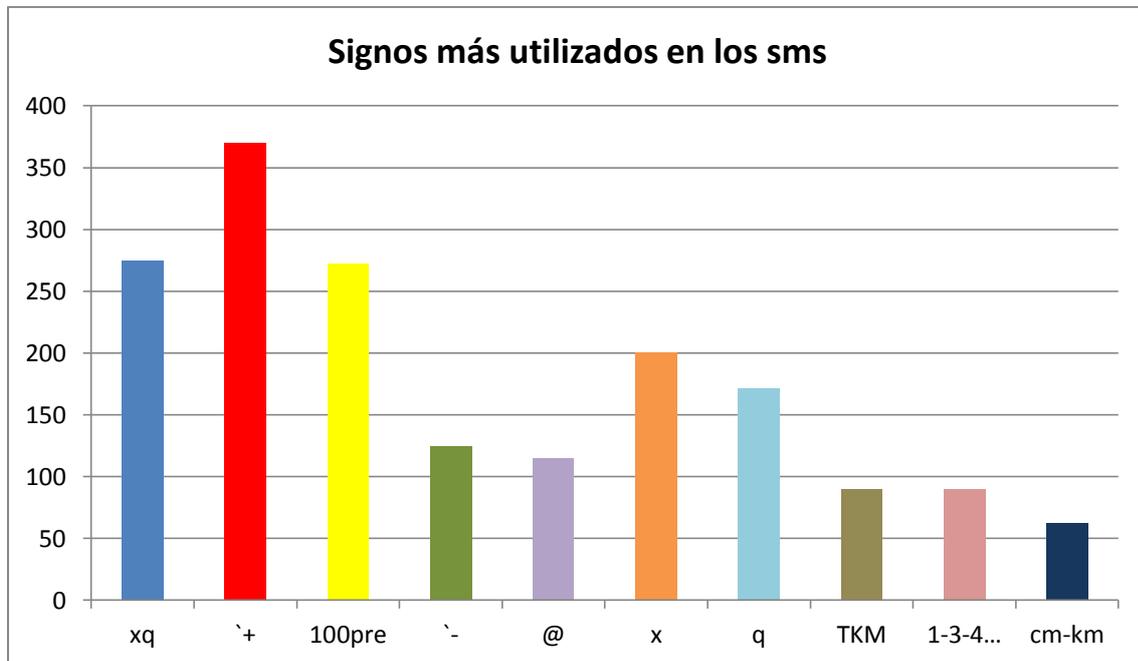
Alumnos que utilizan signos de interrogación en las preguntas de los mensajes de texto	Resultados
Siempre	110
A veces	346
Nunca	17



En un 73%, los estudiantes manifestaron que a veces utilizan signos de interrogación, porque se les olvida colocarlos, y cuando lo hacen, casi siempre los colocan sólo al final, pues no son indispensables siempre. Hay preguntas que se entienden sin ellos, y los mismos se ven bien sólo en las preguntas más fuertes. Un 23% contestó que siempre utiliza signos de interrogación para elaborar preguntas, pues sin ellos podría no entenderse el mensaje. Un 4% opinó que nunca los utiliza, porque la escritura de sms se realiza de corrido.

10.1.7. Signos más utilizados por los estudiantes en la escritura de mensajes de texto

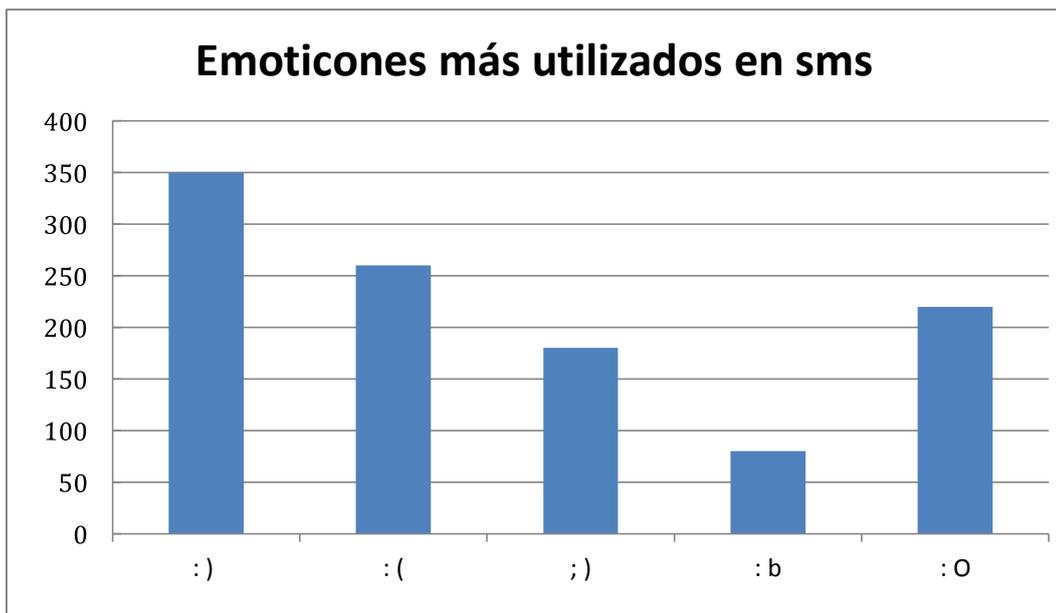
Signo	Xq	+	100pre	-	@	x	q	TKM	1-3-4-5-6-7-9-	Cm/km
Significado	Porque por qué	Más Mas	Siempre	Menos	A -ah Ha o-a	Por para	Que Qué	Te quiero mucho	i-e-a-s-g-t-q-	Como Cómo
Resultados	275	370	272	125	115	200	172	90	90	63



Trescientos setenta estudiantes respondieron que los signos que más utilizan en los mensajes de texto son el signo +, que significa *más* o *mas*; el signo 100pre, que quiere decir *siempre*, y el signo xq, que sustituye a la palabra *porque* o *por qué*. Son signos más cortos que la palabra que representan, por lo que su escritura se torna más fácil, rápida y económica. Doscientos estudiantes expusieron que optan por emplear signos matemáticos para sustituir palabras: x en lugar de *por*, mientras que 172 indicaron que prefieren usar las letras por su sonido, es el caso de la letra q, en lugar de *qué* o *que*.

10.1.8. Emoticones más usados en los sms

Emotición	:)	: (;)	: b	: o
Significado	Felicidad	Tristeza	Picardía	Sacar la lengua	Sorpresa o susto
Resultado	350	260	180	80	220

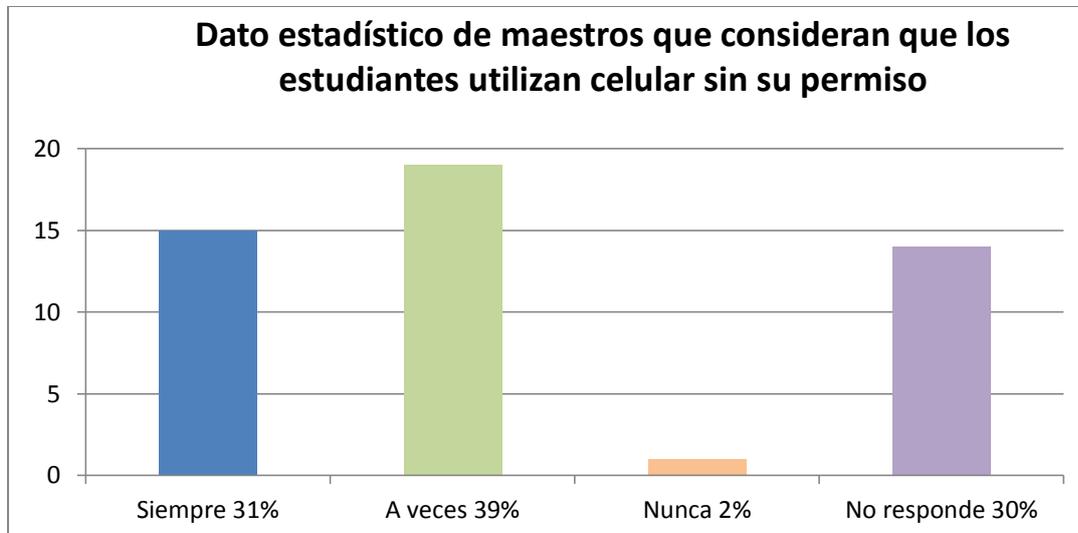


La mayoría de estudiantes encuestados manifestó que utiliza el emoticón que representa la carita sonriente o felicidad; tienen preferencia por este ícono conocido mundialmente; lo usan en lugar de escribir “qué me alegra” o “estoy contento-a”. Más del 50% de ellos emplea el emoticón de tristeza para expresar que algo le incomoda o disgusta, y 220 alumnos exteriorizaron su agrado por el emoticón de sorpresa o susto, que representa una emoción que se desea transmitir.

10.2. Proceso de comunicación escrita.

10.2.1. Dato estadístico de maestros que consideran que los estudiantes utilizan celular sin su permiso

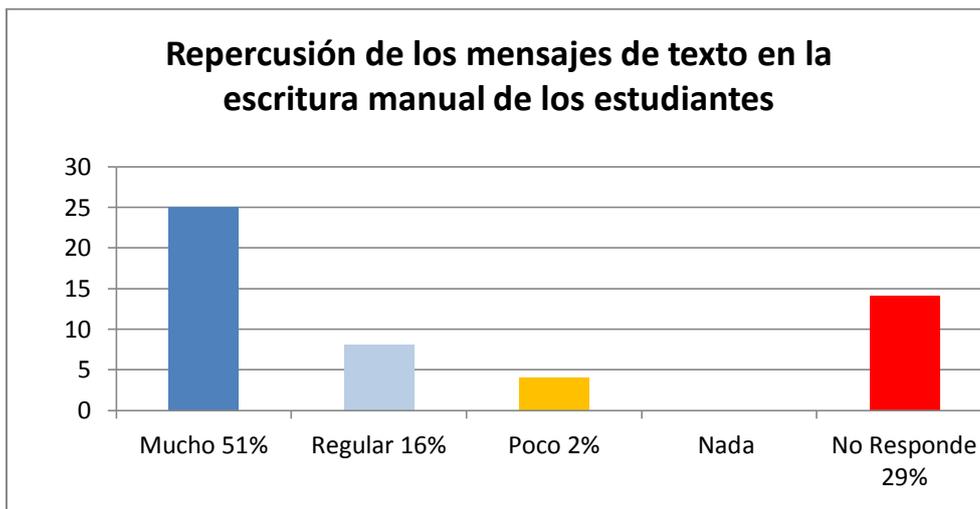
Maestros que consideran que los estudiantes utilizan celular sin su permiso	Resultados
Siempre	15
A veces	19
Nunca	1
No responde	14



39% de los docentes encuestados opinó que los estudiantes utilizan el celular aún cuando en las instituciones públicas está prohibido el uso de teléfonos móviles, y menos en horario de clase. Esto evidencia que los alumnos envían una gran cantidad de mensajes, sin importarles ser amonestados. Quince docentes de los treinta y cinco encuestados, opinaron que siempre utilizan celular (los estudiantes), cuando ellos están distraídos o bien, ocupados, y los alumnos piensan que no los ven. Catorce docentes no respondieron las encuestas, por impartir cursos en los que la escritura manual de letras no es la base, por ejemplo Matemática, Educación Física, Educación para el Hogar y Artes Industriales.

10.2.2. Repercusión de los mensajes de texto en la escritura manual de los estudiantes, según los docentes

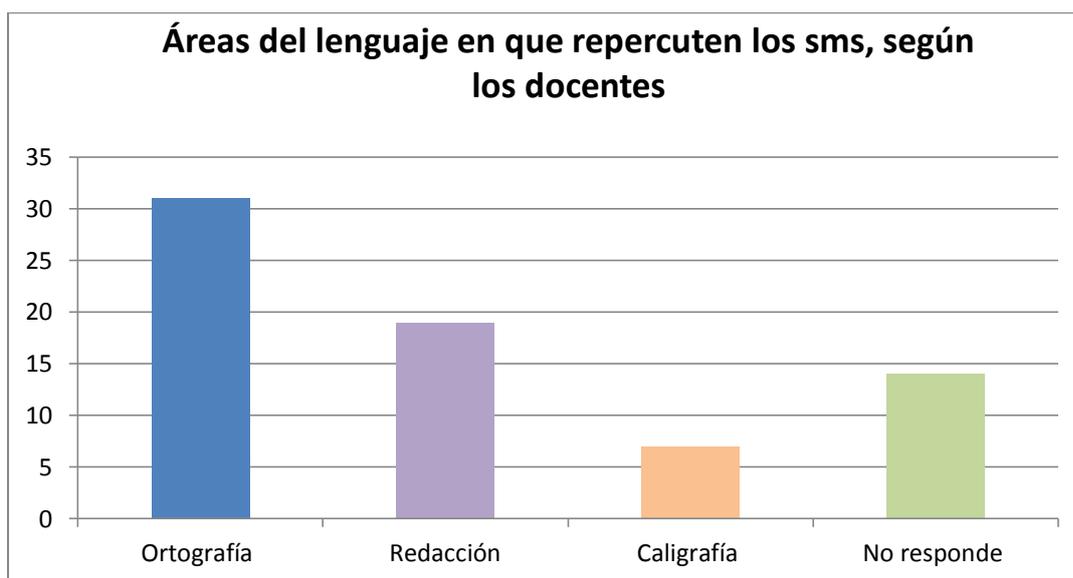
Repercusión de los mensajes de texto en la escritura manual de los estudiantes, según los docentes	Resultados
Mucho	25
Regular	8
Poco	2
Nada	
No responde	14



La mayoría de maestros encuestados respondió que los mensajes de texto repercuten en la escritura manual de los estudiantes: escriben con un vocabulario muy pobre, con errores y sin reglas gramaticales; muchas veces resulta incomprensible lo que escriben. Ello indica que los docentes se están percatando de este fenómeno. Un 16% consideró que la repercusión de los mensajes de texto es regular, porque, a pesar de que no escriben adecuadamente, están escribiendo más que antes. Un 2% opinó que es poco lo que afecta. El 29% que no respondió, al igual que en la gráfica anterior, es porque imparten cursos en los cuales la escritura no es esencial.

10.2.3. Áreas del lenguaje en que repercuten los mensajes de texto,
según los docentes

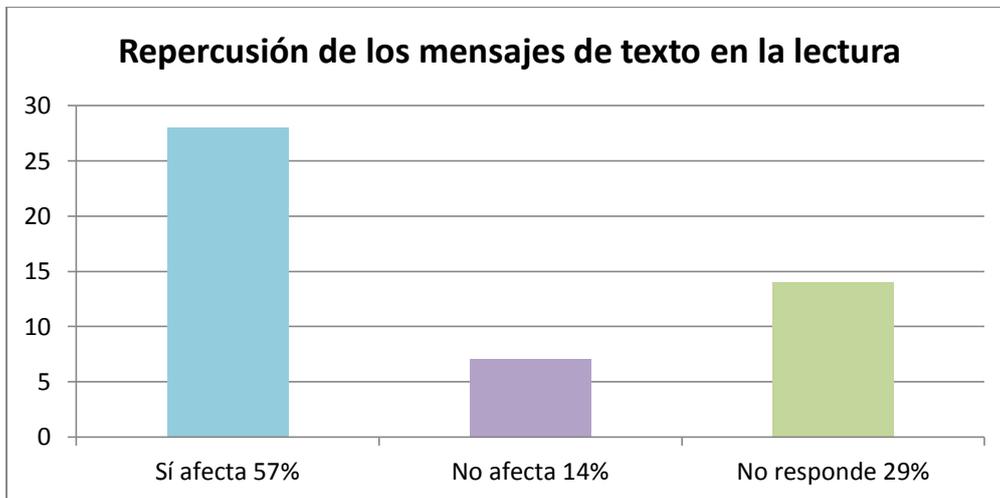
Áreas del lenguaje en que repercuten los mensajes de texto, según los docentes	Resultados
Ortografía	31
Redacción	19
Caligrafía	7
No responde	14



De los 35 docentes que respondieron la encuesta, 31 opinaron que el área más afectada es ortografía: las reglas ortográficas son nulas en los mensajes de texto, y la escritura constante de ellos acostumbra a los jóvenes a no utilizarlas cuando se requiere, en una comunicación formal. 19 maestros opinaron que la redacción de los estudiantes también se deteriora. Esto evidencia que los catedráticos se están dando cuenta de los problemas de redacción que presentan los alumnos, debido a la simpleza con que se estructuran los mensajes de texto y a que en ellos casi nunca se emplean signos de puntuación. Siete docentes consideraron que también la caligrafía de los alumnos padece las consecuencias de los sms.

10.2.4. Repercusión de los mensajes de texto en la lectura

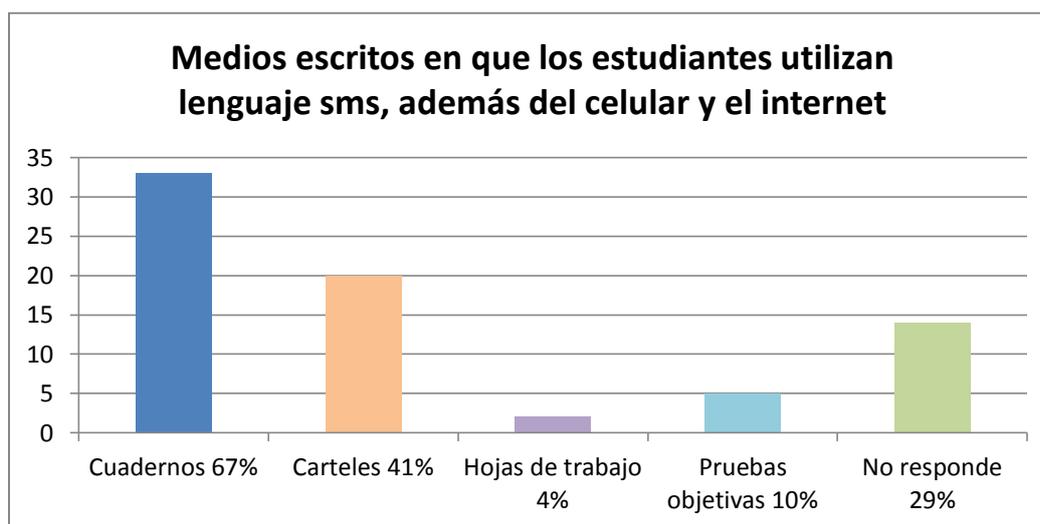
Repercusión de los mensajes de texto en la lectura	Resultados
Sí afecta	28
No Afecta	7
No responde	14



De los docentes encuestados, el 57% respondió que el nivel de comprensión de lectura de los jóvenes, resulta afectado por los mensajes de texto, lo cual indica que no sólo la escritura, que está muy unida a la lectura, tiene repercusiones por este nuevo código. La lectura, que influye mucho en la escritura, no se realiza adecuadamente al recibir un mensaje de texto mal estructurado y, según opinaron los maestros, los alumnos fijan la escritura de sms en su mente y cuando se les presenta una palabra bien estructurada, no la identifican fácilmente; se vuelve una tarea mecánica y pierden su capacidad de análisis y comprensión. Un 14% consideró que no afecta. Ellos opinaron que, aunque sea mensajes de texto, leen más que antes.

10.2.5. Medios escritos en que los docentes han observado el uso del lenguaje de sms, además del celular y el internet

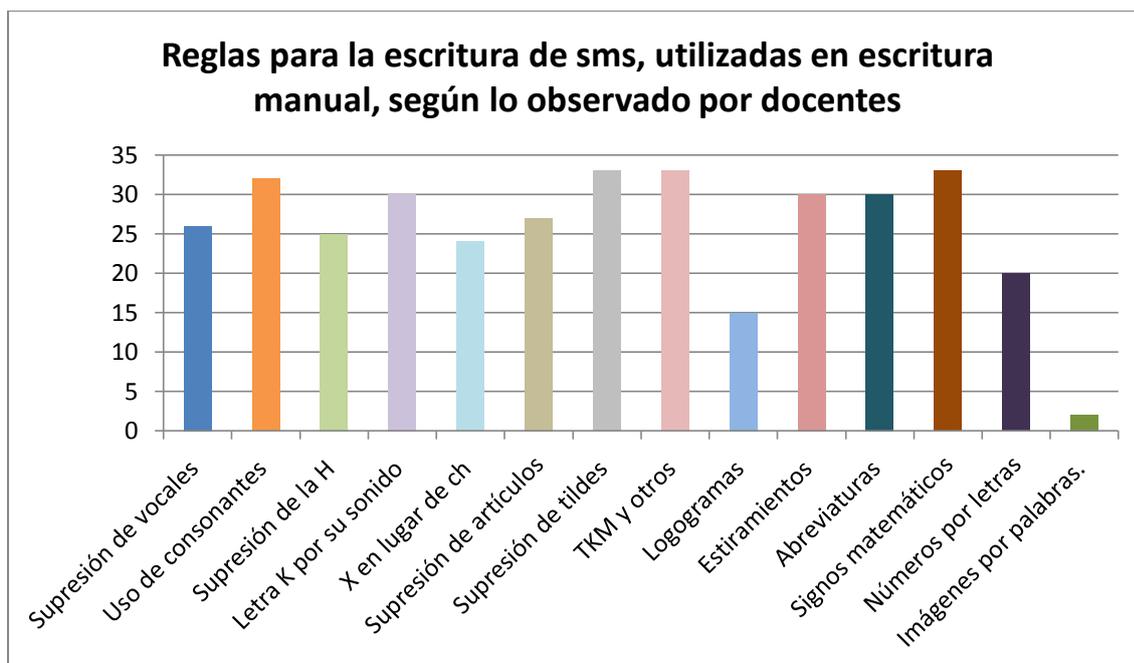
Medios escritos en que los docentes han observado el uso del lenguaje de sms, además del celular y el internet	Resultados
Cuadernos	33
Carteles	20
Hojas de trabajo	2
Pruebas objetivas	5
No responde	14



El medio escrito, en el cual los docentes han evidenciado signos utilizados en mensajes de texto, en un 67% de estudiantes, es el cuaderno, en el que realizan ejercicios, toman apuntes y entregan tareas. De lo anterior, puede inferirse que en este medio, en que los estudiantes redactan más, es en el cual cometen más errores ortográficos, de redacción y de caligrafía; esto, debido, según ellos mismos reportaron, a la costumbre de esta escritura. El 41% de los docentes informó que los carteles son el medio en que más se observa la escritura, propia de los mensajes de texto. Un 10%, en pruebas objetivas y un 4% en hojas de trabajo.

10.2.6. Docentes que opinan que las reglas propias de los mensajes de texto son trasladadas a la escritura manual

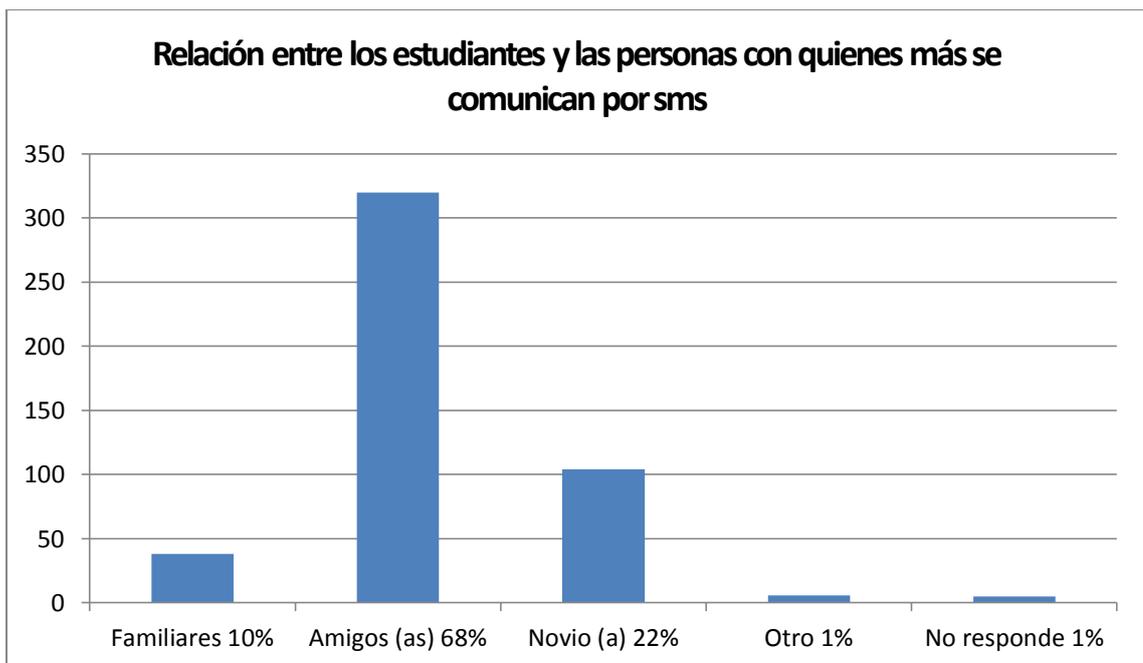
Reglas de escritura de mensajes de texto	Resultados (datos absolutos)
Supresión de vocales	26
Uso de consonantes por su sonido	32
Supresión de la letra h	25
Uso fonético de la letra K	30
Uso de letra x en lugar de ch y de la y en lugar de ll	24
Supresión de artículos y preposiciones	27
Supresión de tildes, apóstrofes y signos de exclamación e interrogación al inicio de la oración	33
Uso de construcciones específicas como TKM= Te quiero mucho	33
Logogramas: además = ad, etc.	15
Estiramientos gráficos: adiós = adiossssssssssss	30
Utilización de abreviaturas castellanas o inglesas	30
Uso de signos matemáticos en lugar de letras o palabras	33
Utilización fonética de números y símbolos	20
Otros: insertar imágenes para demostrar emociones	2



Las reglas de mensajes de texto que más se observan en la escritura manual, son: el uso de signos matemáticos en lugar de palabras; esto se relaciona con la respuesta de los alumnos, quienes utilizan, por ejemplo, el signo + en lugar de escribir la palabra más, o 100pre, en vez de siempre. No colocar tildes, signos de interrogación, o de exclamación, donde corresponden, es muy notorio en la escritura manual de los alumnos, que no les dan la importancia del caso, ya que piensan que las oraciones se entienden sin estos signos. La creación de siglas o construcciones específicas como “TKM” o “TQM”, “XF” en lugar de “te quiero mucho” y “por favor”, etc., se está evidenciando en los cuadernos, tareas, etc., de los estudiantes, quienes no diferencian entre una escritura formal y otra informal.

10.2.7. Relación entre los estudiantes y las personas con quienes más se comunican por mensajes de texto

OPCIÓN	Familiares	Amigos-as	Novio-a	Otro	No responde
RESULTADO	38	320	104	6	5



Como se observa en la gráfica, la mayoría de estudiantes utiliza este sistema para comunicarse con amigos (as), e indicaron que es un buen medio para ponerse al tanto de lo acontecido en el día, tareas o intereses personales, o bien, porque sienten la necesidad de estar en contacto con quienes más se identifican. Esto evidencia que los mensajes de texto son utilizados para suplir necesidades comunicativas. Un 22% se comunica con el novio o la novia, por ser quien más le interesa y comprende, dejando a los familiares, que socialmente deberían ser el núcleo principal, con un 10%, lo que constata que prefieren relacionarse con sus amistades o pareja y no con la familia.

10.2.8. Medio más utilizado por los estudiantes, para enviar mensajes de texto a celular

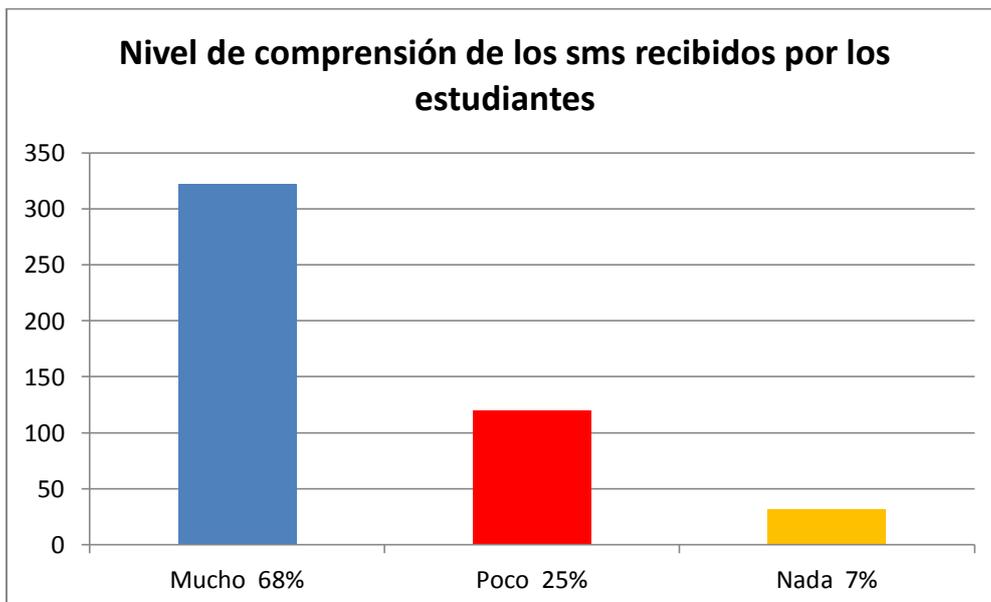
Medio más utilizado por los estudiantes para enviar sms a celular	Resultados
Internet	115
Celular	358



De los 473 estudiantes encuestados, 358 prefieren utilizar el celular para enviar mensajes de texto a otros celulares; es decir, que un 76% consideran que es más práctico, viable, accesible y económico (por no contar con internet en sus hogares) usar sus celulares para enviar sms a los destinatarios, que reciben el mensaje en sus teléfonos móviles; al poseer teléfono con saldo, se puede acceder a las promociones que estén vigentes en ese momento. Un 24% utiliza el sistema de mensajería que ofrece el internet para enviar mensajes de texto a celulares, opinando que el teclado de la computadora es más fácil de operar, cansa menos, y porque poseen internet en el hogar, cuyas facturas no pagan ellos, les resulta más económico.

10.2.9. Nivel de comprensión de los mensajes de texto recibidos por los estudiantes

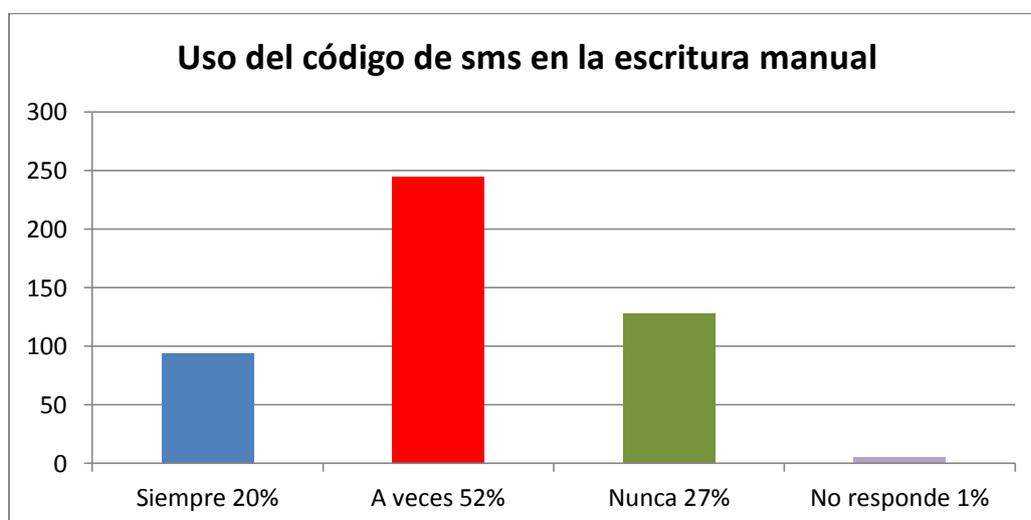
Nivel de comprensión de los mensajes de texto recibidos por los estudiantes	Resultados
Mucho	322
Poco	120
Nada	32



Una cantidad considerable de estudiantes opinó que los mensajes que reciben son bastante comprensibles, pues el lenguaje utilizado se ha vuelto común a los usuarios, y, a pesar de ser abreviado, es parecido a la forma en que se habla, diferente al lenguaje ordinario y el nuevo código es interesante. Un 25% respondió que los mensajes son poco entendibles, en vista de que los emisores no colocan signos de puntuación o, a veces, no tienen lógica los mensajes recibidos, ya que son demasiado abreviados.

10.2.10. Uso del código de mensajes de texto, en la escritura manual de los estudiantes

Uso del código de mensajes de texto, en la escritura manual de los estudiantes	Resultados
Siempre	94
A veces	245
Nunca	128
No responde	6



Más de la mitad de estudiantes encuestados respondió que utilizan los códigos de los mensajes de texto en la escritura manual, merced a que ya es costumbre escribir así, y se les olvida que no están escribiendo en celular. Opinaron que es más fácil este tipo de escritura y que se confunden cuando escriben manualmente. Un 27% de ellos adujo que nunca escriben con el código de sms, pues es incorrecto y reconocieron que no es lo mismo enviar mensajes a los amigos que, por ejemplo elaborar una prueba o un trabajo. Un 20% respondió que siempre escriben con este código, porque es la moda y es agradable para ellos.

11. Discusión y análisis de resultados

11.1. Mensajes de texto

Los estudiantes, en un 24%, envían entre 21 y 40 mensajes diarios, equivalente a un promedio de 600 y 1,000 mensajes al mes, esto concuerda con las estadísticas expuestas por Hernández y Miraflores (s/f: 5) quienes informan que los jóvenes enviaban en el 2006, entre 200 y 300 mensajes al mes.

También es comparable con lo que indican González y Martínez (2011: 2) quienes manifiestan que nueve de cada 10 jóvenes envían mensajes de texto, mientras que sólo dos de cada diez adultos lo hace. Ello genera grandes ganancias a las empresas de telefonía. Dato ampliado por Interiano (2001:138): los medios de comunicación también funcionan como elementos de consumo y productos del mercado. Por su parte los docentes opinan que un 80% de los estudiantes siempre utilizan celular, aún sin permiso de ellos.

Trescientos setenta estudiantes utilizan signos matemáticos, como el signo +, para sustituir palabras, lo que concuerda con lo escrito por González y Martínez (2011: 2) quienes indican que desde los primeros mensajes de texto por celular, surgieron términos como TQM= te quiero mucho o TK+ en lugar de te quiero más. Estos signos matemáticos, están traspasando sus fronteras, para adentrarse en la escritura y sustituir palabras o letras, lo que se relaciona con lo mencionado por Interiano (2003: 117) quien menciona que un signo funciona para sustituir una realidad, en este caso una realidad dada por la palabra, es decir un elemento que remite a otro elemento. También se compara con lo expresado por Pedroni (2004: 34) un signo comunica un mensaje referido a algo distinto a él.

El 66% de los estudiantes prefiere utilizar emoticones, pues son divertidos, están de moda, expresan los sentimientos que se desean transmitir. Lo que coincide con lo expresado por Lehmann (2006: s/p) los

jóvenes ya no se molestan por escribir lo que sienten, simplemente elaboran un ícono, lo que está contribuyendo a deteriorar el lenguaje. Comparado también con lo expuesto por Sagastume (2010: 49) quien define un ícono como un signo que hace referencia a un elemento de la realidad. Y con lo definido por Eco (1989: 172): un ícono no es del todo desmotivado, pues tiene cierta semejanza con la realidad que representa, pero no es tan representativo como un código verbal.

El 88% de los estudiantes utiliza abreviaturas y el 89% prefiere escribir siglas, no sólo por la necesidad de economizar tiempo, espacio y dinero pues se pueden enviar más mensajes, con menos saldo, o bien, por evitar el trabajo que implica escribir la palabra completa, las abreviaturas y siglas son más fáciles, prácticas, aceptadas y comprendidas por los amigos, no cansa los dedos, es una moda agradable. Lo anterior concuerda con lo expresado por Chiappe (2008: 69) quien menciona que debido a la limitada cantidad de caracteres que se permite en cada mensaje, y por lo agotador que resulta tener que pulsar hasta cuatro veces una tecla para obtener una letra, (teléfonos de teclado numérico) los usuarios, en su mayoría jóvenes han optado por crear un lenguaje abreviado, icónico, el cual requiere que el emisor y el receptor establezcan un consenso del significado que tendrá cada signo a utilizar. Relacionado también con lo que opina Peñate (2010: 28) al mencionar que el signo lingüístico es convencional ya que las personas que lo utilizarán deben tener un acuerdo previo para su interpretación.

El 65% de los estudiantes encuestados, responde que a veces utiliza signos de puntuación, debido a que según ellos, no son indispensables pues las oraciones se entienden sin los signos, además, a los jóvenes se les olvida colocarlos por la falta de costumbre. Este dato se relaciona con lo dicho por Wagner Días, citado por Interiano (2001: 25, 26): los medios de comunicación transforman la forma de escribir de las personas, la cultura y las costumbres. Aunque lo que los estudiantes opinan, se contradice con lo expuesto por Bolaños (1999: 65) quien afirma que la comunicación escrita exige que el emisor utilice, con el objeto de optimizar la comunicación, las reglas gráficas, ortográficas de puntuación, de acentuación, establecidas

socialmente. Esto se relaciona con lo opinado por el 23% de estudiantes que responde que siempre utilizan los signos de puntuación para evitar confusiones en el mensaje.

Un 73% de los alumnos, manifiesta que a veces utiliza signos de interrogación, pues al igual que los signos de puntuación no son necesarios en todas las preguntas, además de ser aburridos y de olvidar la colocación adecuada, pues cuando los utilizan, lo hacen sólo al final de la oración. Esto se contradice con lo presentado por Jorge Marín (2009: 91) quien presenta algunas reglas para la creación de textos: mostrar orden, poseer significado derivado del uso adecuado de los signos.

11.2. Proceso de comunicación escrita

Los docentes opinan que los mensajes de texto afecta mucho la escritura manual de los estudiantes, 25 de los 49 encuestados consideran que los estudiantes ya no escriben adecuadamente, poseen un vocabulario muy simple y confunden las palabras cuando deben escribir en medios formales. Esto coincide con lo explicado por Betti (2006: s/p) quien menciona que algunos estudiosos de la lengua están preocupados porque éste código puede propiciar la incultura y la simplicidad del lenguaje. Lo que los alumnos escriben, muchas veces es incomprendible, está lleno de errores ortográficos y gramaticales. También se compara con lo expuesto por Wilbur Schram, citado por Paoli (2007: 68,69) quien indica que para que el proceso de comunicación se lleve a cabo, el emisor y el receptor deben compartir significados similares, acordes a sus experiencias. Es probable que los docentes, por ser de edades distintas a los jóvenes y por desenvolverse en un contexto distinto al de ellos, no comprendan la escritura de los mensajes de texto o como lo expresa Hernández Poveda (2004) el significado que asignemos al signo, depende de los consensos sociales y culturales que le asignemos a través del tiempo.

Los docentes refieren que la mayoría de ellos ha observado, que las reglas de escritura de mensajes de texto, se utilizan en la escritura manual de los estudiantes. 33 de ellos reporta haber observado la supresión de tilde y signos de interrogación. Esto concuerda con lo expresado por Pérez Martínez (2003): este nuevo lenguaje elimina las reglas gramaticales y ortográficas, pues se requiere de una escritura abreviada y rápida. Los maestros también han evidenciado, en su mayoría, uso de signos matemáticos en lugar de palabras o letras. Lo que coincide con lo que expresa Martín (2010: 4): los jóvenes hablan a través de esas abreviaturas, números e íconos, escritura que requiere la supresión de conectores y, algunas veces, espacios entre palabras, también concuerda con lo expresado en la página Wikipedia (2011) los signos más utilizados en la escritura sms, son: +, en lugar de la palabra más, Frase como TKM y otras construcciones específicas, también se han

visto en la escritura manual de los estudiantes, dato relacionado con lo que informa Lehmann (2006: s/p): debido a la brevedad que requiere la creación de los mensajes de texto, los jóvenes han empezado a escribir frases cada vez más abreviadas.

Se evidenció que los alumnos, se comunican más con sus amigos y con sus parejas. Un 68% envía más mensajes a amigos, porque sienten la necesidad de estar en contacto y de saber cómo les va a las personas con quienes más se relacionan, comprenden e identifican, así como la motivación por informarse acerca de cosas que les interesan. Esto se relaciona con lo expresado por Betti (2006: s/p) referente a que una ventaja de los mensajes de texto, es el sentimiento de compañía que prevalece en los jóvenes quienes necesitan sentirse miembros de un grupo. Al mismo tiempo coincide con lo que dice Interiano (2003: 9): la comunicación se da por la necesidad que tienen las personas de relacionarse entre sí, pero se contradice con lo que expresa Menéndez (2009: 7) quien opina que los jóvenes se comunican más con sus familiares pues ellos quieren saber si están bien.

Un 22% de estudiantes, envía mensajes a su novio-a, lo que concuerda con lo expresado por Martínez y González (2011: 2) quienes comentan que las relaciones afectivas ocupan un porcentaje importante, en el envío de los mensajes de texto.

Los jóvenes utilizan más el teléfono celular para enviar mensajes de texto que las opciones que brinda el internet para el mismo efecto, un 76% prefiere usar el celular por la comodidad, por aprovechar el saldo, por lo fácil, práctico y económico que resulta su uso, no sólo para comunicarse con amigas-os sino para recibir noticias, promociones, etc. Lo que se corrobora con lo informado por Lily Huang (2009: 18,19): durante el 2008 se enviaron unos 2.300 millones de mensajes, lo que significó una ganancia de un \$ 60.000 millones por año para las empresas de telefonía móvil. En Gran Bretaña se generan más de 6.000 millones de mensajes cada mes. El móvil es un medio que está dejando de ser interpersonal y se está convirtiendo en masivo. Esto se relaciona con lo escrito por Pérez Felipe (2003) con

respecto a que el teléfono celular se está convirtiendo en un medio masivo, las promociones y anuncios publicitarios van dirigidos a un público indeterminado, y se compara con lo presentado por Montoya (2009: 35): es un medio que cuenta con muchos beneficios: es portátil, liviano, permite el acceso a videos, juegos, mensajes de texto etc.

El 24% de los estudiantes utiliza las opciones que proporciona el internet para enviar mensajes de texto a celulares, les resulta económico, en la casa cuentan con internet y fácil por el teclado amplio de la computadora lo que coincide con la página Mensajes a celulares. Net (2011) en donde se informa que se debe poseer un navegador de internet para poder acceder a las opciones de mensajes de texto.

La lectura, y la comprensión de los estudiantes, también se ve afectada, pues ellos ya no analizan lo que leen o escriben, sino que realizan una actividad mecanizada, lo mismo opina De la Concha, quien fue entrevistado por la Revista La Nación (2008). Él afirma que tanta libertad en las nuevas tecnologías, está generando pobreza de expresión en los jóvenes. A esto Crystal, citado por Huang (2009: 18,19) responde que no es cierto lo que la gente piensa pues los mensajes de texto vuelve mejores comunicadores a los usuarios. Hernández y Miraflores (s/f: 2) afirman que la lectura resulta perjudicada, el cerebro capta las palabras completas y las decodifica, pero la escritura de los mensajes de texto es incompleta por lo que al momento de requerir esta habilidad, podría resultar no estar desarrollada. Similar a lo expuesto por Lomas (2001: 35): para que una persona se comunique eficazmente, debe poseer conocimientos literarios y ser crítico ante una comunicación de masas.

Así mismo, un 25% de los estudiantes responde que a veces son poco comprensibles los mensajes recibido y un 7% considera que no son nada comprensibles, debido a la abreviación exagerada que se hace de las palabras, lo escrito se vuelve inentendible y no hay comunicación, lo que se relaciona con lo expuesto por Paoli (2007: 28, 29): si el código no es común al emisor y al receptor, la comunicación no se realiza. Aunque un 68% opina que sí son comprensibles, porque ellos saben el significado de los signos

utilizados, lo que se relaciona con lo escrito por Hernández Póveda (2004) referente a que los comunicadores deben comprender las estructuras mentales de ambos. Esto contrasta con lo publicado en la Revista La Nación por Graciela Lehmann (s/p 2006): los mensajes de texto a veces resultan incomprensibles hasta para los mismos usuarios.

El 52% de los estudiantes usa a veces el lenguaje sms, en la escritura manual, debido a que les resulta fácil, agradable, y porque se les olvida que están escribiendo a mano o bien porque están acostumbradas a la escritura de mensajes de texto. Se confunden porque siempre escriben abreviado. Esto se compara con lo expresado por Semper (2007), quien opina que la escritura de mensajes de texto puede generar dudas a la hora de necesitar escribir correctamente.

El fenómeno de la escritura creada para los mensajes de texto, se observa en los cuadernos, carteles y hojas de trabajo, un 67% de los docentes considera que en los cuadernos es donde más se evidencia. Esto coincide con lo expresado por Lehmann (2006: s/p) y por los estudiantes del Instituto Carvall Bernat (2010) quienes opinan que los estudiantes también escriben manualmente, en cuadernos y hojas, con éste código que ha venido a distorsionar la ortografía y la redacción de los jóvenes. Comparado con lo que respondieron los docentes, ya que treinta y uno, de los treinta y cinco, que contestaron la encuesta, opinan que el área de ortografía es la que más resulta afectada, y por ende los mensajes no son siempre entendidos.

Dato relacionado con lo que opina Wilbur Schram, citado por Paoli (2007: 68,69) las normas y reglas que rigen el lenguaje, permiten el buen funcionamiento de las sociedades, y con lo que indica Lomas (2001: 32,33) las personas, comunicadores competentes, deben saber expresarse utilizando las reglas que el idioma requiere y utilizando el lenguaje con los lineamientos que la sociedad en general le confiere.

CONCLUSIONES

- Los estudiantes prefieren utilizar un lenguaje abreviado en los mensajes de texto de celular, porque consideran que es más fácil, agradable, cómodo y está de moda, aunque no sea comprensible para todos; pero también lo están utilizando en otros soportes como cuadernos, hojas de trabajo, carteles, lo que preocupa a los docentes, quienes observan la distorsión que está sufriendo el idioma español. Las palabras están siendo sustituidas por signos matemáticos, por figuras hechas con signos auxiliares (emoticones) y está imperando el uso de siglas y abreviaturas. Si bien es cierto que existen signos de este tipo conocidos por muchas personas, dado que se están volviendo comunes, también lo es el hecho de que los cambios se dan de manera constante, y se podría llegar al punto en que se dificulte aun más entender lo que se quiere comunicar.

Los jóvenes consideran que los signos de puntuación y los signos auxiliares no siempre son necesarios, si entre amigos se entienden, y bajo esta concepción, no les importa que en un futuro próximo no estén en capacidad de redactar una solicitud de empleo, o no tengan creatividad para escribir textos de diversa índole, a causa del uso constante de emoticones, en lugar de la forma completa y correcta de plasmar sus pensamientos por escrito.

- Para que el proceso de comunicación se lleve a cabo, es necesario que tanto emisor como receptor conozcan y manejen el mismo código a utilizar. No obstante que debe existir un consenso entre los comunicadores, esta condición no se da en el lenguaje sms, por lo que no es propicio para una comunicación eficaz, ya que no es entendido por todos.

Por lo que los catedráticos, en su mayoría, se muestran preocupados ya que la ortografía, la gramática, la redacción y el nivel de lectura de los estudiantes, están sufriendo las consecuencias de los mensajes de texto. Los jóvenes no sólo escriben mal, con un vocabulario muy simple, sino también esperan encontrar en sus lecturas los mismos signos que utilizan al leer mensajes de texto y al no encontrarlos les cuesta interpretar lo leído.

RECOMENDACIONES

- A los usuarios de mensajería de texto, se les recomienda que escriban, en la mayoría de lo posible, haciendo uso de las normas de escritura que existen, para evitar que en algún momento existan confusiones, así como utilizar de manera correcta las NTIC`S, particularmente del teléfono celular, que tienen aspectos tanto positivos (la inmediatez, multiplicidad de usos, conectividad con la sociedad de todo el mundo), como negativos (costos, consumismo, formación de estereotipos, utilización acrítica). Por lo que den ser críticos ante los mensajes que se reciben, así como ante el consumismo y la globalización que se vive en Guatemala.

- A los docentes, comunicadores, lingüistas e interesados en el tema: difundir los hallazgos y publicaciones correspondientes al problema que generan, en la escritura, los mensajes de texto, para evitar que los jóvenes distorsionen el lenguaje y utilicen este código en sus tareas, cuadernos de notas o exámenes, también se debe fomentar el interés de los jóvenes por la comunicación adecuada entre sí y los distintos miembros de la sociedad, a través del ejemplo, ejercicios como mesas redondas, debates, resolución de problemas cotidianos, foros y otros. Promover la escritura de textos, aplicando adecuadamente signos de puntuación, auxiliares, reglas gramaticales, ortográficas, de redacción y de estilo, así como propiciar la lectura de obras completas, para reforzar la creatividad y una lecto-escritura óptima. Evaluar, a través de mapas conceptuales, diagramas de llaves, organizadores gráficos, textos paralelos, portafolios, etc., la correcta escritura del idioma, indistintamente si el curso que se imparte es más práctico que teórico.

Referencias Bibliográficas

- Aguilar Elizardi, M. (1991). *Técnicas de Estudio e Investigación*. Guatemala: Instituto de Investigación y Mejoramiento Educativo, Universidad de San Carlos de Guatemala. 152 pp.
- Andrade Hidalgo, L. (2008) Los SMS: nuevas formas de interacción juvenil, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), Tesis de Maestría, Programa de Comunicación, Quito, Ecuador. 131 pp.
- Alvizúrez Palma, F. (1987). *Manual de comunicación Lingüística*. Guatemala: Editorial Universitaria. 142 pp.
- Aparici, E. (2004) *Marketing a través de sms*. Ediciones Deusto Planeta. 12 pp.
- Barthes, R. (1971) *Elementos de semiología*. España: Edit. Seix Barral, S.A. 116 pp.
- Barthes, R. (1977). *Ensayos Críticos*. España: Edit. Seix Barral, S.A. 330 pp.
- Benveniste, É. (2004) *Problemas de lingüística general Vo. I*. México: Siglo XXI Editores, S.A. 282 pp.
- Betti, S. (2006). La jerga juvenil de los SMS :-). *Cuadernos del Lazarillo, n.º 31, (julio-diciembre)*. España. Recuperado de: <http://www.cibersociedad.net/archivo/articulo.php?art=226> 8 pp.
- Blanco y Sánchez, R. (2004). Arte de la escritura y de la caligrafía: Teoría y Práctica. *Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes*. Recuperado de: <http://www.biblioteca.org.ar/libros/89197.pdf> 138 pp.
- Bolaños Calvo, B. (1999) *Comunicación Escrita*. Costa Rica: Editorial Universidad Estatal a Distancia. 572 pp.
- Camacho Becerra, H, Camparan Rizo, J & otros. (2004) *Manual de etimologías grecolatinas*. México: Limusa. Recuperado de: google books 338 pp.
- Caravantes, A. (1997) *Emoticonos (o Caritas en el texto)*. Recuperado de: <http://www.eumed.net/grumetes/emoticon.htm#autoria> s/p.
- Castañeda Álvarez, A. L. (s/f) *La escritura digital en proyectos de aula con niños de primaria*. Colombia. Recuperado de:

<http://www.cerlalc.org/>

Curso_Escritura/Experiencias/Alba_Luz_Castaneda.pdf 8 pp.

- Castilla, A. (2009) *El nuevo idioma de la tecnología*. España: Página 12 s/p.
- Cortelazzo, M. & Ferroni, G. (2000) "6 3mendo derecho": la letra en el código de mensajes de texto. *Corriere della Serra BBC*. Traducido por Google. Nombre original: 6 proprio 3mendo': dalla lettera ai messaggini in código s/p.
- Cruz Piñol, M. (1999) *Un foro debate en internet sobre la lengua española*, disponible en: <http://elies.rediris.es/elies1/> s/p.
- Chiappe, D. (2008) SMS, 19º Iqj (o mensajes de texto, un nuevo lenguaje). *Revista Letras Libres*. España: Asociación de Revistas Culturales. Recuperado de: <http://www.letraslibres.com/index.php?art=13395> s/p
- De Saussure, F. (1945) *Curso de Luingüística General*. Argentina: Losada. 391 pp.
- Dobkin, B. A. & Pace, R. C. (2003). *Comunicación en un mundo cambiante*. México: McGraw-Hill Interamericana. 427 pp.
- Eco, U. (1986) *La Estructura Ausente*. España: Editorial Lumen, S.A. 446 pp.
- Eggers-Brass, T., Gallego, M. & Pedranti, G. (2002) *Cultura y Comunicación*. Argentina: Maipue. 238 pp.
- Galán Rodríguez, C. (2007). Cncta kn nstrs: los SMS universitarios (Conecta con nosotros: los SMS universitarios)(1) *Revista de Estudios de Juventud. El lenguaje de los jóvenes*. España: Universidad de Extremadura 225 pp.
- Gamarro, Urías M. (3-2011) Telefonía Celular, se desaceleró en 2010. *Prensa Libre*. Guatemala. Recuperado de: <http://www.prensalibre.com/economia/Telefonia-celular-desacelero> 0 446355368.html s/p
- González Kish, J. G. (2009). *Códigos de Comunicación escrita que se utilizan en el Messenger por los y las estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de*

Guatemala. (Tesis inédita de licenciatura) Universidad de San Carlos. Guatemala

- González, A. L. & Martínez, B. (2-2011) El amor en tiempos de redes sociales , Jóvenes y tecnología, la era del TQM. Guatemala: Prensa Libre 32 pp.
- Guiraud, P. (1996) *La Semiología*. España: Siglo XXI editores S.A. 133 pp.
- Hernández Pacheco, J. L. & Miraflores Gómez, E. (s/f) "*Lenguaje SMS: La Alfabetización de los Jóvenes en el Siglo XXI*". Recuperado de: [www.cesdonbosco.com/revista/congreso/21-Jose Luis Hernandez Pacheco.pdf](http://www.cesdonbosco.com/revista/congreso/21-Jose_Luis_Hernandez_Pacheco.pdf) 19 pp.
- Hernández Poveda, R. M. (2004) *Comunicación oral y escrita*. Costa Rica: EUNED 291 pp.
- Huang, L. (2009) El SMS no asesina el lenguaje *Periódico El Argentino, Newsweek, Tecnología*. Recuperado de: <http://www.elargentino.com/nota-36907-El-SMS-no-asesina-el-lenguaje.html>. s/p
- Interiano, C. (2001). *Cultura y comunicación de masas en Guatemala*. Guatemala: Edit. Estudiantil Fénix 158 pp.
- Interiano, C. (2003). *Semiología y Comunicación*. Guatemala: Edit. Estudiantil Fénix. 186 pp.
- Junco R. y Cotten Sh. (2011) ¿Una década de distracción?, ¿Cómo afectan, las multitareas, los resultados académicos de los alumnos?, Ponencia presentada en Oxford Internet Institute, Universidad de Oxford, Inglaterra. 38 pp.
- Lehmann, G. (2006) Los mensajes de texto, cada vez más confusos *Revista La Nación, Cultura*. Recuperado de: <http://www.lanacion.com.ar/774528-los-mensajes-de-texto-cada-vez-mas-confusos> s/p
- Lomas Asturias, C. (1999), Muñoz, H. (comp) *Monográfico: teoría y análisis de los discursos periodísticos. La seducción de los objetos y la identidad de los sujetos: el discurso de la publicidad*. España: CEU. Recuperado de: http://www.reformasecundaria.sep.gob.mx/espanol/tercer_grado/lomas_objeto.pdf 11 pp.

- Lomas Asturias, C. (2001) *La estética de los objetos y la ética de los sujetos*. España: Red comunicar. Recuperado de: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/158/15801705.pdf> 10 pp.
- Lorente, S. (2002) Juventud y teléfonos móviles: Algo más que una moda. *Estudios de juventud no. 57/02*, Universidad politécnica de Madrid: Revista de estudios de juventud. Recuperado de: <http://www.injuve.es/contenidos.downloadatt.action?id=1754374426> 16 pp.
- Lorenzo, P. (2006) *El fenómeno social de los mensajes de texto* <http://portal.educ.ar/debates/sociedad/debate/el-fenomeno-social-de-los-mensajes-de-texto-por-celulares>.
- Llopis, S. (2009) *Telefono-movil-como-herramienta-pedagogica*. Recuperado de: <http://www.educacontic.es//el-telefono-movil-como-herramienta-pedagogica>. s/p.
- Marín, J. (2009) *Homo Usuarius. Las tecnologías de la interacción amigable*. El Cid Editor 213 pp.
- Martín, M. V. (2010) “PSO TNGO MVID FMILY SBDO BSS KUNTM N CHAT”(1):ACERCA DE LA IDENTIDAD JUVENIL, EL LENGUAJE Y LOS SMS. Argentina: Universidad Nacional del Plata 7 pp.
- McLuhan, M. (1989). *La aldea global: Transformaciones en la vida y los medios de comunicación mundiales en el siglo XXI*. España: Gedisa 203 pp.
- Menéndez Flores, A. M. (2009) *Telefonía Móvil o Celular y Cambio Social: en Centroamérica y el Caribe*. (Tesis inédita de doctorado) Universidad Complutense de Madrid. España 337 pp.
- Montoya Guzmán, J. O. (2009) *Investigación de Campo. Análisis Estadístico sobre el uso e impacto de teléfonos celulares en la Universidad Católica de Occidente*. Argentina: Del Cid Editores. 85 pp.
- Morduchowicz, R. (2003) El sentido de una educación en medios. *Revista Ibero Americana Mayo-agosto 2003, Organización de Estados Iberoamericanos*. Recuperado de: <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/800/80003204.pdf> 14 pp.
- Muñoz Farías, D. J. (2006) *Nuevas Formas de Representación Social: Una Investigación Exploratoria-Descriptiva del Fenómeno del Graffiti Hip Hop en Santiago*. (Tesis inédita de licenciatura) Universidad de Chile, Facultad de Ciencias Sociales, Escuela de Sociología. Chile. 114 pp.

- Ola, A. L. (2011) Instituto Cervantes lanza guía de redacción. *Siglo 21*. Guatemala. s/p.
- Oliva Zuñiga, A. (2009) *Análisis del discurso*. Argentina: El Cid Editor 10pp.
- Ong, W. J. (2006) *Oralidad y escritura: tecnología de la palabra*. Buenos Aires, Argentina: Fondo de Cultura Económica. 191 pp.
- Oquendo, C. (2008) Crear diccionario para lenguaje abreviado de mensajes de texto no descarta la Real Academia. *El Tiempo*. Bogotá. Recuperado de: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-4125330> s/p.
- Ortiz, O. (2004). Lectura y escritura en la era digital. Desafíos que la introducción de las TIC impone a la tarea de estimular el desarrollo del lenguaje en niños jóvenes. *Eduotec Revista Electrónica de Tecnología Educativa* s/p.
- Paoli, J. A. (2007) *Comunicación e información: perspectivas teóricas*. México: Trillas. 138 pp.
- Pedroni Chautemps, A. M. (2004). *Semiología, un acercamiento didáctico*. Guatemala: Edit. Universitaria. 194 pp.
- Peñate, J. & Escarpanter, J. (2010) *Gramática Simple*. Biblioteca de aula UNESCO. Estados Unidos: Firms Press 192 pp.
- Pérez Felipe, M. (2003). *Los mensajes de texto a móviles y su presencia en los medios de comunicación: caracterización y sugerencias para la explotación en el aula*. España. Universidad de Navarra. Recuperado de: http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/asele/pdf/14/14_0730.pdf 13 pp.
- Pérez Tornero, J. M. (2000) *Comunicación y educación en la sociedad de la información "Nuevos lenguajes y conciencia crítica"*. España: Paidós. 253 pp.
- Prado Aragonés, J. (2001) *Hacia un nuevo concepto de alfabetización. El lenguaje de los medios*. España: Red Comunicar 11 pp.

- Pros y Contras del lenguaje sms (2008). *Periódico ADN, Cultura y Ocio*. San Millán de la Cogolla | La Rioja | 09/04/2008 s/p
- Rodríguez González, F. Casado Velarde, M. & Catalá Torres, N. (2005) *El Lenguaje de los Jóvenes*. Barcelona, España: Ariel S.A. 318 pp.
- Rodríguez González, F. Casado Velarde, M. & Catalá Torres, N. . (2002) *Comunicación y cultura juvenil*. Barcelona, España: Ariel S.A. 285 pp.
- Rossi, R. (2010) *Leer y escribir hoy*. México: Correo del Maestro. 30 pp.
- Ruiz Mafé, C., Sanz Blas, S., Tavera Mesías, J.F., Hernández Fernández, A., (2008) Aceptación de los Mensajes SMS en países con bajas tasas de penetración. Un análisis de los usuarios de Medellín, Colombia, Estudio de mercado,
- Saenz Hernández, R. J. (2006) *Incidencia de los Mensajes de texto en las competencias lingüísticas de los hablantes del español en México*, Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Universidad Nacional Autónoma de México.
- Sagastume Fajardo, D. J. (2000). *Los Códigos semiológicos*. , Guatemala: Escuela de Ciencias de la Comunicación. 70 pp.
- Sánchez Lobato, J. (coor.) (2007) *Saber Escribir*. Argentina: Alfaguara, S.A. 513 pp.
- Semper, D. (2007) *Los sms de celulares lograron un decaimiento del lenguaje escrito*. Recuperado de: <http://www.aeromental.com> s/p.
- Serrano Cuevas, Y. Y. y Pérez Rojas, E. (2006), *Impacto de los mensajes de texto en el uso del lenguaje escrito: en los alumnos de 8vo. y 9no. grado de la U.E. Colegio Nuestra Señora de Fátima*, Trabajo de Memoria de Grado, Universidad de los Andes, Mérida, España. 69 pp.
- Shalom, H. (2008) *El derecho de elegir*. Argentina: Eudeba 166 pp.
- Silverstein, A. (1985) *Comunicación humana: exploraciones teóricas*. México: Trillas. 278 pp.

- Stwar, J. (2009). Lenguaje-sms-en-un-diccionario. *Revista Virtual tecnologia7*. Recuperado de: <http://tecnologia7.net/noticias-de-actualidad/lenguaje-sms-en-un-diccionario/#axzz1GOeNonSU>. s/p
- Taquini, A. C., Johansen, F. M. Sala, S. & Pelliccia, A. L. (2010) *Modelo Belgrano Day School (2)*, Argentina. Recuperado de: http://www.bds.edu.ar/_institucional/BDS_Tecno_Cultura_Educ2010.pdf
- Tully, Clauss J. (2007) La socialización en el presente digital: informalización y contextualización *Red Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad – CTS*. Recuperado de: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=92430802> 15 pp.
- Vargas, T. (2010) De caligrafía, redacción y ortografía. *Periódico La Nación/ Opinión*. Costa Rica: Grupo La Nación s/p
- Vela Delfa, C. (2006) *El Correo Electrónico: El nacimiento de un nuevo género*. Memoria para optar al grado de doctor. Facultad de Filología, Departamento de Lengua Española y Teoría de la Literatura Comparada, Universidad Complutense de Madrid, España.

CIBERGRAFÍA

- [http://biblioteca-digital.ucentral.cl/documentos/libros/practica %20de% 20la%20lectura.html](http://biblioteca-digital.ucentral.cl/documentos/libros/practica%20de%20la%20lectura.html) integrado/
- <http://blogidiomas.com/la-escritura-de-mensajes-de-texto-deforma-el-lenguaje-escrito/>
- http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/diccio_ele/diccionario/proxemica.htm
- <http://eltallerdelengua.wordpress.com/2010/04/14/el-lenguaje-sms-antares-lopez-aida-simarro-y-nerea-rubio/>
- http://es.wikipedia.org/wiki/Servicio_de_mensajes_cortos
- <http://noaguantoatushijos.wordpress.com/2008/09/23/enguaje-sms-salvame-del-analfabetismo/>
- <http://sereneider.blogspot.com/2006/09/los-mensajes-de-texto-daan-al-lenguaje.html>
- http://tema2.com/secundaria/etica/un_jeroglifico_en_el_movil.htm
- <http://www.1de3.com/2005/05/30/el-lenguaje-sms/>
- <http://www.colorincolorado.org/articulo/28253>
- <http://www.familia.cl/ContenedorTmp/Xat/chat2.htm>
- [http://www.gestiopolis.com/economia/metodos-y-tecnicas-deinvestigación. htm](http://www.gestiopolis.com/economia/metodos-y-tecnicas-deinvestigación.htm)
- <http://www.mensajesacelulares.net/terminosycondiciones.php>
- <http://www.movistar.com.ec/site/ayuda-personas/preguntas-frecuentes/mensajeria.html>
- <http://www.sitiosargentina.com.ar/>

ANEXOS

LOS MENSAJES DE TEXTO Y SU INFLUENCIA EN LA COMUNICACIÓN ESCRITA
 “Estudio descriptivo realizado con estudiantes del sector público
 de la zona uno, ciudad capital”
 -Silvia Carolina Estrada Santizo-



Universidad de San Carlos de Guatemala
 Escuela de Formación de Profesores de Enseñanza Media

Encuesta para estudiantes

INSTRUCCIONES: Lea los siguientes ítems y coloque una X en el cuadro que esta a la derecha de la respuesta que elija, marque sólo una opción y aclare el porqué de su elección.

Edad: _____ Establecimiento: _____

1. ¿Cuántos mensajes de texto por celular, envía en un día?
 A. De 1 a 20. B. De 21 a 40. C. De 41 a 60. D. De 61 a 80
 E. De 81 a 100 F. Más de 100

2. Las personas con las que más se comunica, se relacionan con usted por ser:
 A. Familiares B. Amistades C. Novio (a) D. Otro
 ¿Por qué? _____

3. Para enviar mensajes de texto a celular utiliza:
 A. La opción de mensajes de texto de Internet B. Otro celular
 ¿Por qué? _____

4. Cuando escribe mensajes de texto por celular prefiere:
 A. Escribir las palabras completas. B. Escribir las palabras abreviadas.
 ¿Por qué? _____

5. Para expresar algún sentimiento o enfatizar una emoción prefiere:
 A. Escribir con palabras lo que siente. B. Agregar un emoticón
 (Ej. :(☺) a sus frases.
 ¿Por qué? _____

6. Si tiene que escribir frases u oraciones muy largas, que ya conozca el receptor, por ejemplo “Te Quiero Mucho” prefiere.
 A. Escribir la frase. B. Utilizar siglas (primer letra de cada palabra)
 ¿Por qué? _____

7. En las oraciones que escribe, utiliza adecuadamente los signos de puntuación:

- A. Siempre B. A veces C. Nunca

¿Por qué? _____

8. Cuando escribe preguntas en los mensajes de texto, les coloca signos de interrogación:

- A. Siempre B. A veces C. Nunca

¿Por qué? _____

9. ¿Qué tan comprensibles son los mensajes que recibe?

- A. Mucho B. Poco C. Nada

¿Por qué? _____

10. ¿Cuándo escribe manualmente, utiliza la escritura de los mensajes de texto?

- A. Siempre B. A veces C. Nunca

¿Por qué? _____

11. De los siguientes signos, encierre en un círculo 10 que considere utilizar con mayor frecuencia.

A2 ó ads = adiós	Bss= besos	C= se	D = de	Stas = estas	M= me	N= en o no	T= te	X= por	+ = más
Ad+ = además	Bn=bien	Q= que o qué	Dj= dijo o dije	Sprar= esperar	Xmen= examen	Ntre= entre	TQM= Te quiero mucho	Xfa = por favor	--= menos
Acr= hacer	Info= información	Ke tl= qué tal	Dic= dice	St= este	Xclnt= excelente	Nnc=nunca	To2	Xq= por qué o porqué	Ymm= llámame
Akb= acabo o acaba	Dcim= decime	Ksa=casa	Dbris= deberías	Fste= fuiste	Fnl= final	Nqnr= encuentro o encuentra	Sl2= saludos	Tb ó tmb= también	100pre= siempre
A q hr= a qué hora	Msj= mensaje	Cel= celular	Dnd= donde o dando	Fsta= fiesta	Gnt= gente	Gnrl= general	Slms= salimos	Tv= televisión	Trd= tarde
Ola= hola	1 = i 7 = T 4 = A 6 = G 5 = s 9 = q 3 = E ! = i	Xic= chica/o	Wap= guapa/o	Mxo = mucho	Xra= para	??? = duda	!!! = Admiración= seguimos después	Nxe= noche

12. De los siguientes emoticones, encierre en un círculo 5 que considere utilizar con mayor frecuencia.

:) Feliz o alegría	:(triste o tristeza	;) Picardía o secreto	:O Asombro	0:) ángel o inocente	>=/ Disgustado	=..(llorar	% l resaca	: decepción	:D carcajada
:S confusión	xD muerto de risa	:p sacar lengua	o bostezo	:-x Besando	:*) Recibiendo besos en la mejilla	:-@ Gritando	?:-(Dudando, indeciso	>:-) Sonrisa diabólica,	:-> Sarcástico

LOS MENSAJES DE TEXTO Y SU INFLUENCIA EN LA COMUNICACIÓN ESCRITA
 “Estudio descriptivo realizado con estudiantes del sector público
 de la zona uno, ciudad capital”
 -Silvia Carolina Estrada Santizo-



Universidad de San Carlos de Guatemala
 Escuela de Formación de Profesores de Enseñanza Media

Encuesta para docentes

Tiempo que lleva de impartir clases: _____ Institución en la cual labora: _____

1. Los estudiantes de los grados que atiende utilizan celular cuando piensan que no se les ve:
 A. Siempre B. A veces C. Nunca

2. Considera que los mensajes de texto que los estudiantes escriben a través de los celulares, afecta su escritura manual.
 A. Mucho B. Regular C. Poco D. Nada
 ¿Por qué? _____

3. Si su respuesta fue A, B o C, en que áreas afecta.
 A. Ortografía B. Redacción C. Caligrafía D. Otras.

4. Ha observado en pruebas, cuadernos, hojas de trabajo o cualquier otro medio, en que escriban manualmente los alumnos: abreviaturas utilizadas en los mensajes de texto:
 A. Mucho B. Regular C. Poco D. Nada

5. Ha observado que los estudiantes cambian letras por signos matemáticos.
 A. Mucho B. Regular C. Poco D. Nada

6. Considera que el uso constante de mensajes de texto, podría afectar la lectura de los estudiantes.
 Si No Por qué: _____

7. De los siguientes medios escritos, en cuál de ellos ha observado que los estudiantes utilicen más los signos de los mensajes de texto:
 Cuadernos Carteles Hojas de trabajo Pruebas Cortas

8. De las reglas de escritura de mensajes de texto que a continuación se presentan, cuales ha observado que utilizan en su escritura manual. Coloque una X a la par.

NORMA	NORMAS	
Eliminación de Vocales.	Uso de construcciones específicas. Ejemplo: “tkm” por “te quiero mucho”, “ymm” por “llámame”.	
Utilizar consonantes como palabras. Ejemplo: “t” por “te”, “m” por “me”, “n” por “en	Logogramas: además=ad; también=tb	
Supresión de la letra h	Estiramientos gráficos: adiós= adiossssss (y omisión de tildes)	
Uso de la letra “k” inicial ante “a”, “e” y “o”. Ejemplo: “Ke tl”, por “¿Qué tal?”	Utilización de abreviaturas castellanas o inglesas. Ejemplo: “ok” por “de acuerdo”, “tel.” por “teléfono”.	
Utilización de consonantes, en lugar de dígrafos “x” por “ch”, “y” por “ll”, Ejemplo: “xca”, en lugar de “chica”	Utilización de signos matemáticos. Ejemplo: “x fa” por “por favor”, “=” por “igual” “+” por “más”	
Eliminación de artículos y preposiciones. Ejemplo, “qdmós 7” por “quedamos a las siete”.	Utilización fonética de números y símbolos “to2” en lugar de “todos” “100pre”, en lugar de “siempre”	
Eliminación de tildes, apóstrofes, y signos de admiración e interrogación al inicio de la oración.	Otros: Explique:	