



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

CENTRO DE ESTUDIOS DE EDUCACIÓN CONTINUA

**“TRANSFORMACIÓN DEL LENGUAJE ESCRITO UTILIZADO EN
PLATAFORMAS DIGITALES”**

TESINA

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

PRESENTA:

LAURA CRISTINA BARRERA FLORES

ASESORA:

MTRA. ADELA MABARAK CELIS

MÉXICO, 2016

Ciudad Universitaria, CDMX



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

DEDICATORIAS Y AGRADECIMIENTOS

“La vida no es un problema a ser resuelto, sino una realidad a experimentar”. - Søren Kierkegaard.

Dedico este proyecto a mis padres, *Teresa Flores Garduño* y *José Antonio Barrera Trejo*, quienes siempre me han dado todo y me han apoyado y motivado para alcanzar mis metas y ser mejor. Pero en especial a mi mamá, quien ha tenido que sufrir una enfermedad muy complicada y, sin embargo, ha sido un gran ejemplo de fuerza y entereza, y agradezco poder compartir este momento con ella.

A mi familia, quienes han sido mi apoyo en momentos difíciles y que me dieron su tiempo para que yo pudiera concluir con esta etapa de mi vida.

A *Hugo Castañeda Aguilar*, mi novio, mi amigo, mi apoyo, a quien agradezco que siempre estuviera para mí, sin importar las circunstancias y que, sin duda, también ayudó a que llegara a este momento.

A mi asesora, la Maestra *Adela Mabarak* quien confió en mí, en mi tema, que me presionó y, al mismo tiempo, me orientó en cada momento del camino hasta terminar el proyecto y cerrar este ciclo que parecía inalcanzable, para dar paso a algo nuevo, a más conocimientos y aprendizaje.

“Cualquier cosa que la mente del hombre puede concebir y creer, puede ser conseguida”. - Napoleón Hill

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I: El lenguaje y su importancia.	3
1.1 ¿Qué es el lenguaje?	3
1.2 Usos y funciones del lenguaje.	6
1.3 Definición de lenguaje escrito o escritura.	11
1.4 Importancia del uso correcto del lenguaje escrito.	13
CAPÍTULO II: Millennials y el uso de plataformas digitales.	17
2.1 ¿Quiénes son los Millennials o Generación Y?	17
2.2 Breve introducción sobre el inicio y desarrollo de Internet.	23
2.3 Plataformas digitales: Redes sociales	28
2.3.1 Definición de plataforma digital	29
2.3.2 ¿Qué son las redes sociales?	30
2.4 Usos de las redes sociales	33
2.5 Principales redes sociales	40
2.5.4.1 Facebook	40
2.5.4.2 Twitter	45
2.5.4.3 Whatsapp	51
2.5.4.4 Youtube	55
CAPÍTULO III: Transformación del lenguaje escrito utilizado en plataformas digitales.	58
3.1 Cambios y limitaciones en el lenguaje escrito por el uso de redes sociales.	58
3.2 Uso e importancia de los emoticones en las redes sociales.	66
3.3 Ejemplos de variaciones comunes en publicaciones de redes sociales.	70
3.4 El arte de escribir bien en las redes sociales.	81

CONCLUSIONES	88
BIBLIOGRAFÍA	92
CIBERGRAFÍA	94

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación en la modalidad de tesina, denominado “*Transformación del lenguaje escrito utilizado en plataformas digitales*”, tiene como objetivo principal analizar los cambios en la escritura de la generación conocida como Millennials que se han llevado a cabo por el uso constante de plataformas digitales como las redes sociales.

Este trabajo de investigación está distribuido en tres capítulos, los cuales son:

Capítulo I. *El Lenguaje y Su Importancia*. Aquí se proporcionan diferentes definiciones de Lenguaje y Lenguaje Escrito para poder comprender su significado así como su importancia.

A su vez, el contenido de este capítulo está desglosado en cuatro puntos. El primero, como ya se mencionó, explica qué es el lenguaje; el segundo enumera los usos y funciones del mismo. En el tercer punto se define el lenguaje escrito, que es lo que concierne a esta investigación. Mientras que en el último punto se muestra la importancia de su uso correcto.

En el capítulo II. *Millennials y El Uso De Plataformas Digitales*, se habla de los Millennials, también conocidos como generación Y, describiendo sus hábitos, gustos y costumbres, entre otros. Asimismo se señalan las principales características de las plataformas digitales, así como sus distintos usos.

Esta parte se divide en cinco temas. En el primero explica quiénes son los Millennials y cuáles son sus características. En el segundo se proporciona una breve introducción del inicio y desarrollo del Internet para contextualizar y dar paso al siguiente punto que trata sobre las plataformas digitales, específicamente las redes sociales, mientras que en los subtemas se definen estos dos términos.

En el cuarto punto se explican los diferentes usos que tienen las redes sociales y en el último tema se describen las principales redes sociales del momento como Facebook, Twitter, Whatsapp y YouTube.

El último capítulo se llama Transformación del lenguaje escrito utilizado en las plataformas digitales, el cual se divide en cuatro puntos. En el primero se encuentran los cambios y limitaciones en la escritura que se han desarrollado por el uso de redes sociales. El siguiente tema se refiere al uso e importancia de emoticones en las plataformas digitales, explicando de qué manera ayudan a expresar sentimientos y a darle sentido a las conversaciones, a pesar de tener una pantalla o dispositivo de por medio. En el tercer punto se presentan ejemplos de estas modificaciones y variaciones comunes usadas en publicaciones digitales. Mientras que en el último tema se presenta una propuesta sobre cómo aprovechar de la mejor forma estos cambios y evitar, en la medida de lo posible, que se pierda por completo el uso adecuado de la ortografía y redacción, para mantener la riqueza de la escritura.

Esta investigación sirve para recalcar la importancia de los cambios, no siempre positivos, que la tecnología ha traído consigo, en el ámbito de la comunicación y, especialmente en los jóvenes, quienes están involucrados en esta transformación, y son susceptibles al desarrollo imparable de las plataformas digitales, las cuales no representan un indicador de lo bueno y lo malo, sin embargo, cada persona debe valorar y elegir adecuadamente lo que más le convenga y a lo que está dispuesto a adaptarse en esta nueva cultura digital.

CAPÍTULO I: EL LENGUAJE Y SU IMPORTANCIA

En este capítulo se ahonda en el significado de lenguaje, presentando definiciones de diferentes autores que permiten tener una idea más clara y concreta de este término, así como un panorama base para los temas subsecuentes. De igual manera se muestran sus usos y funciones para dar entrada al concepto de lenguaje escrito, con el objetivo de conocer la evolución de la escritura y la importancia del uso correcto de la misma para mantener una comunicación efectiva, ya sea dentro o fuera de las plataformas digitales.

1.1 ¿Qué es el lenguaje?

En este primer punto se aborda la definición de lenguaje según distintos autores, lo que permitirá comprender con mayor claridad este concepto.

El lenguaje es una parte primordial para la comunicación entre las personas. Es una capacidad con la que los seres humanos cuentan y que les permite relacionarse y darse a entender. Sin embargo, a pesar de ser una facultad natural, resulta difícil explicarlo de una sola manera, ya que *el enfoque adoptado depende de los propósitos perseguidos*¹.

Edward Sapir, por ejemplo, define el lenguaje como *un método exclusivamente humano, y no instintivo, de comunicar ideas, emociones y deseos por medio de un sistema de símbolos producidos de manera deliberada. Estos símbolos son ante todo auditivos, y son producidos por los llamados “órganos del habla”*².

Esta explicación resulta interesante, ya que Sapir menciona también que *el habla es una función adquirida, “cultural”*³, puesto que sólo se puede desarrollar si las

¹ **FERRATER MORA**, José. *Indagaciones sobre el lenguaje*. Alianza Editorial. España, 1980, p-93.

² **SAPIR**, Edward. *El lenguaje: Introducción al estudio del habla*. Fondo de Cultura Económica. México, 1954, p-14.

³ *Ibíd.*, p-10.

personas forman parte de los grupos sociales, es decir, si se prescindiera de una determinada sociedad, la gente no aprenderían a comunicarse.

Por el contrario, para Roger Fowler *el lenguaje es el aspecto intrínseco de nuestra herencia humana*⁴, lo que significa que se genera de manera natural, sin esfuerzo y sin importar las condiciones ni el lugar en donde se nazca. *Cualquier ser humano se convertirá muy rápidamente en un usuario del lenguaje en el transcurso natural de los acontecimientos, [...] independientemente de la raza o la cultura. [...] El lenguaje es natural porque es general a la especie*⁵.

En esta definición se rescata la importancia del lenguaje, de esta naturalidad que lo determina, ya que sin él, el hombre estaría incompleto, limitado, y no podría expresarse ni comunicarse en su totalidad con las demás personas. Además, *el lenguaje tiene un lado individual y un lado social, y no se puede concebir el uno sin el otro*⁶.

Otro autor es Joseph Vendryes, para quien *el lenguaje es complejo, [...] es un acto fisiológico en cuanto pone en movimiento muchos órganos del cuerpo humano. Es un acto psicológico en cuanto supone la actividad voluntaria del espíritu. Es un acto social en cuanto responde a un deseo de comunicación entre los hombres*⁷.

Esta postura podría considerarse la más completa de las presentadas en esta investigación, pues abarca distintos enfoques en una sola definición, brindando un panorama más amplio y sin tantas restricciones sobre este concepto.

⁴ FOWLER, Roger. *Para comprender el lenguaje: Una introducción a la lingüística*. Editorial Nueva Imagen. México, 1978, p-17.

⁵ *Ibid.* p-19

⁶ DE SAUSSURE, Ferdinand. *Curso de lingüística general*. Alianza Editorial. España, 1983, p-74.

⁷ VENDRYES, Joseph. *El Lenguaje: Introducción lingüística a la historia*. UTEHA. México, 1968, prólogo-XXI.

Sin embargo, Vendryes también ve al lenguaje desde otro punto de vista, es decir, como un sistema de signos, los cuales define como *todo símbolo capaz de servir a la comunicación entre los hombres*⁸.

Definición parecida a la de Charles Morris, quien entiende el lenguaje como *un conjunto de signos estructurados que dan a entender una cosa*⁹. Lo que amplía la definición de lenguaje, en vez de limitarla únicamente al habla, que podría ser su forma más común, ya que se incluyen también de *lenguajes no verbales, mediante el cuerpo y sus órganos sensoriales: el gesto, los movimientos, los ojos*¹⁰, o de formas escritas. Finalmente el lenguaje es *el vehículo primario para la comunicación*¹¹ y se trata de expresar ideas, sin importar la forma en que se haga.

Es fundamental no confundir lenguaje con lengua. Esta última *no es más que una determinada parte del lenguaje, aunque esencial. Es a la vez un producto social de la facultad del lenguaje y un conjunto de convenciones necesarias adoptadas por el cuerpo social para permitir el ejercicio de esa facultad en los individuos*¹².

Indudablemente, es complicado encontrar una definición única, ya que cada autor tiene una visión personal de lo que es lenguaje, y defiende su postura según su opinión y sus creencias. Pero teniendo en cuenta todos estos conceptos, es posible generar una definición propia. Así, el lenguaje es el medio social y la capacidad natural que desarrollan y utilizan los seres humanos para comunicarse y relacionarse entre sí, a través de un mismo sistema de signos que pueden ser orales, escritos o gestuales. El objeto principal es darse a entender y expresar deseos, emociones y necesidades.

⁸ *Ibíd.* p-82

⁹ **FONSECA**, Correa, Pineda y Lemus. *Comunicación Oral y Escrita*. Pearson, México, 2011, p-3.

¹⁰ *Ídem.*

¹¹ *Ídem.*

¹² **DE SAUSSURE**, Ferdinand, *op. Cit.* p-74.

Por eso para comunicarse resulta importante contar con el mismo lenguaje, es decir, no será posible entender a los demás si se tiene un sistema de signos diferente. Ejemplo, cuando alguien viaja a otro país es necesario que hable el mismo idioma, al menos con cierto nivel, para lograr la comprensión. De lo contrario, será inútil tratar de expresarse, puesto que no se manejan los mismos códigos. En este caso, se trata del *lenguaje auditivo, llamado también lenguaje hablado o articulado, el cual sobresale entre todos por la variedad de medios de expresión de que dispone*¹³.

También está el lenguaje visual, como la escritura, en la que se ahonda en puntos posteriores, y los gestos, los cuales *se tratan de un sistema de gestos que expresan de por sí, como podrían hacerlo las palabras, las ideas que se desea manifestar. [...] La mayor parte de los lenguajes visuales hoy en día usados son, simplemente, derivados del lenguaje auditivo*¹⁴.

Es así como en este punto se mencionan varias definiciones y ejemplos de lenguaje, pero el objetivo de hacerlo, es que se conozca la importancia del mismo como medio de comunicación, de expresión, más allá del tipo de lenguaje que se utilice. Entendiendo esto, es posible pasar a la comprensión de los usos y funciones del lenguaje, los cuales se abordan en el siguiente subtema.

1.2 Usos y funciones del lenguaje.

Como se señaló anteriormente, en este apartado se explican los usos y funciones del lenguaje según diferentes autores. Estas funciones se dividen conforme al objetivo e intenciones con que sea utilizado el lenguaje.

Karl Bühler distingue tres funciones trascendentales del lenguaje, que acompañan a las intenciones básicas del hombre cuando quiere comunicarse con otros:

¹³ VENDRYES, Joseph, *op. Cit.* p-82

¹⁴ *Ídem.*

1. La función representativa: es aquella por la cual el lenguaje llega a transmitir un contenido. Requiere un sistema de signos representativos de sucesos o cosas. Es propia solamente del hombre, que es capaz de simbolizar con ideas su realidad¹⁵.

Roman Jakobson llama a esta misma función como referencial, y la define como *la relación entre el mensaje y el objeto al que hace referencia. Se trata de la propiedad del lenguaje de significar información objetiva, conceptual y lógica*¹⁶, es decir, esta funcionalidad transmite datos e información del contexto del mensaje para que las personas puedan entenderlo.

*Comprende el ejercicio del nivel cognitivo del lenguaje y se extiende a los distintos tipos de significación, que surgen en la línea que relaciona el símbolo con la realidad (referente) a la cual se alude en un acto del habla. [...] Se representa la realidad exterior y física como en “este perro”, “esa mesa” (significado referencial, signos deícticos); pero también se representan los conceptos abstractos (“belleza”) y culturales (“aprender”), las realidades sociales (“grupo”), los razonamientos, las opiniones y hasta las fantasías creadas por la imaginación (“hada”). Aún los mismos estados subjetivos, son susceptibles de ser representados mentalmente, objetivizándolos mediante el lenguaje: “el dolor de la herida”, “la tranquilidad”, “el odio”, “la pasión”, en donde se designan como conceptos realidades que son sentimientos, sensaciones o emociones*¹⁷.

2. La función expresiva: es la que manifiesta el estado psíquico del hablante. A diferencia de la anterior, esta función también puede encontrarse en las expresiones de ciertos animales; por ejemplo, las aves cuyo canto no es un llamado a las aves vecinas, sino una expresión de su estado afectivo¹⁸.

¹⁵ FONSECA, Correa, Pineda y Lemus. *op. Cit.* p-3

¹⁶ NIÑO ROJAS, Víctor Miguel. *Semiótica y lingüística aplicadas al español*. Ecoe Ediciones, Bogotá, 4° Edición, 2002, p-115.

¹⁷ *Ibíd.*, p-113

¹⁸ FONSECA, Correa, Pineda y Lemus. *op. Cit.* p-4

Jacobson la nombra función emotiva, la cual *habla de la relación que se establece entre el emisor y el objeto*¹⁹, en la que se expresan los distintos sentimientos y emociones como amor, miedo, felicidad, etc.

Daniel Prieto Castillo define este uso expresivo como el *discurso centrado en el emisor. O bien alguien habla directamente de sí mismo, o bien dice algo de sí mismo a través del tono de la voz, de la selección de las palabras, del uso de diminutivos. Así, por la voz podemos reconocer una turbación de ánimo, un temor, una alegría*²⁰.

Esta función *permite la exteriorización de las actitudes, sentimientos y estados de ánimo, lo mismo que los deseos, voluntades y demás intencionalidades comunicativas de orden subjetivo. La expresividad no se presenta aparte de lo representativo, como mencionan los autores anteriores, ya que se trata de una función del signo lingüístico que permite la proyección del sujeto de la enunciación pero con un soporte representativo. Así en expresiones del lenguaje corriente como “buenos días”, “lo siento mucho”, “qué cuadro tan hermoso” predomina, sin duda, la función expresiva, pero con un fondo de representación simbólica*²¹.

3. La función apelativa o de llamada: *por medio de ésta se actúa sobre el oyente para dirigir o atraer su atención. Puede compararse con las señales de tránsito de las grandes ciudades o, por ejemplo, con el ladrido del perro que ahuyenta. El lenguaje es, en primer término, una llamada al oyente*²².

Esta función también se conoce como conativa, y es *la relación que se establece entre el mensaje y el receptor*²³, está centrada en el pronombre de la segunda persona, *tú o vosotros*²⁴, y es en la que se espera una respuesta del otro. *Aquí se*

¹⁹ GÓMEZ, Juan Pedro. *Lengua: Sistema y comunicación*. Quaderna Editorial, España, 2003, p-49.

²⁰ PRIETO CASTILLO, Daniel. *La fiesta del lenguaje*. Ediciones Coyoacán, México, 2° Edición, 2000., p-165.

²¹ NIÑO ROJAS, Víctor Miguel. *op. Cit.* p-114.

²² FONSECA, Correa, Pineda y Lemus. *op. Cit.* p-4

²³ GÓMEZ, Juan Pedro. *op. Cit.* p-49.

²⁴ *Ibíd.*, p-48

encontrarían las expresiones exhortativas o imperativas, y el lenguaje normativo, como en “préstame tu libro”, “¿irás al cine conmigo?”, “te ruego que te quedes” y otras expresiones del lenguaje cotidiano interactivo.²⁵

Prieto Castillo segmenta los usos del lenguaje de otra manera, aunque nuevamente coincide con Bühler y Jakobson al mencionar la función apelativa, la cual define como *discurso centrado en el perceptor. Hay una gradación que va desde un simple llamado de atención hasta la orden, pasando por distintas formas de exhortación*²⁶.

En la división del mismo autor está el uso referencial, anteriormente mencionado, pero aquí se encuentra desglosado en uso referencial indicativo, en el cual *se trata, por medio de uno o más enunciados, de señalar algo, por ejemplo “el libro está sobre la mesa”*; el uso referencial valorativo, que *incluye una connotación, un énfasis por medio del cual el emisor busca atribuir algo al objeto de su discurso: “El horrible libro de poemas está sobre la mesa”*; y por último el uso referencial explicativo, *dirigido a dar una razón del porqué del algo: “El libro está sobre la mesa porque ayer lo olvidaron”*²⁷.

Aparte de estas funciones, Jakobson describe otras tres:

4. La función poética o estética: *Relación que establece el mensaje con él mismo*²⁸. *Se emplea aquí el término “poético” en el sentido etimológico de trabajo y, en el caso del discurso, de trabajo sobre los signos, pasa a primer plano la selección y combinación de los términos*²⁹. En otras palabras, se centra en la forma en que se transmiten los mensajes. Por ejemplo, las metáforas que son comunes en la literatura: *“Tenía manos de gorrión”, dice García Márquez de Melquiades; “Era el garabato de una lechuza”, dice Valle Inclán de su Tirano Banderas*³⁰.

²⁵ NIÑO ROJAS, Víctor Miguel. *op. Cit.* p-114.

²⁶ PRIETO CASTILLO, Daniel. *op. Cit.* p-164.

²⁷ *Ídem.*

²⁸ GÓMEZ, Juan Pedro. *op. Cit.* p-49.

²⁹ PRIETO CASTILLO, Daniel. *op. Cit.* p-165.

³⁰ *Ídem.*

5. La función fática: *Está centrada en el canal, en vista de entretener y mantener activa y viva la situación de contacto. Es la primera función adquirida por los niños y presente en muchos animales. Es una función fundamental en el diálogo, ya que puntúa la conversación, facilita el énfasis y la empatía. Es la función determinante de la comunicación*³¹. Dicho de otra manera, este uso del lenguaje es el que da pauta a una conversación, permite iniciarla, interrumpirla o terminarla, cuestiones tan cotidianas como los saludos y despedidas.

6. La función metalingüística: *Hace referencia al código. Es inseparable de las funciones denotativa, emotiva y conativa, y está dominada por la explicitación y la precisión*³². Permite reflexionar sobre el significado de los términos, aclara los conceptos para que haya una mejor comprensión del lenguaje. Es útil para explicar palabras técnicas utilizadas en ciertas áreas y que son conocidas sólo por especialistas. Es común encontrar esta función en diccionarios y enciclopedias, en las que se explican conceptos, así como al aprender un nuevo idioma, ya que las personas no conocen todos los términos e indagan sobre su significado. Entonces la metalingüística se encuentra cuando alguien pregunta “¿qué significa *homeland*?” y el profesor contesta: “patria o tierra natal.”

Por último Prieto Castillo describe la función lúdica.

7. La función lúdica: *Se centra en el emisor y en el discurso. De un lado constituye un recurso de expresividad, de otro un juego con la selección, la combinación y la reiteración de los términos*³³. Este autor menciona algunos ejemplos de este uso como las canciones infantiles, los chistes, el doble sentido, la ironía, etc. *Piénsese en lo que, en las relaciones cotidianas, llega a constituir una verdadera fiesta del lenguaje*³⁴.

³¹ GÓMEZ, Juan Pedro. *op. Cit.* p-48.

³² *Ídem.*

³³ PRIETO CASTILLO, Daniel. *op. Cit.* p-165.

³⁴ *Ídem.*

De la misma manera que el concepto de lenguaje, sus usos se parecen o difieren dependiendo del autor, pero conocer estas funciones permite obtener un mayor entendimiento del lenguaje. Con esto concluye este apartado y se abre camino para continuar con la investigación, definiendo el lenguaje escrito, que se desarrolla en el siguiente subtema.

1.3 Definición de lenguaje escrito o escritura

En este apartado se proporcionan algunas definiciones de Lenguaje Escrito o Escritura, para tener una idea más clara de su significado, y así adentrarse en el concepto principal de esta investigación.

Al igual que para el lenguaje, es complicado encontrar una definición de escritura, ya que cada autor defiende su postura, y *sus enfoques divergentes están obviamente dictados por los intereses especiales de sus respectivas disciplinas*³⁵. No será la misma perspectiva que maneje un antropólogo, a la de un lingüista o un psicólogo.

Como menciona Ignacio Méndez, el hombre sabía hablar, expresarse, y fue desarrollando un continuo aprendizaje, producto de sus experiencias, sin embargo, en algún momento, deseó poder *decir lo que pensaba con otros signos que no fueran las palabras y que representaran a la palabra hablada; así nació la escritura, instrumento de la comunicación*³⁶. Para este autor, *el lenguaje escrito vino a suplir innumerables deficiencias del lenguaje oral*³⁷.

Así Méndez define la escritura como *esos signos, grafías sistematizadas a través de las cuales se pueden transmitir las ideas*³⁸, y que representan al pensamiento.

³⁵ HARRIS, Roy. *Signos de Escritura*. Editorial Gedisa. España, 1999, p-29.

³⁶ MÉNDEZ TORRES, Ignacio. *El Lenguaje oral y escrito en la comunicación*. Editorial Limusa, México, 1994, p-145.

³⁷ *Ibíd.*, p-146.

³⁸ *Ibíd.*, p-150.

Esta definición es opuesta a la opinión de Roy Harris, quien considera que *la escritura no se incluye entre los medios disponibles para transmitir los pensamientos. [...] Su única función consiste en retener los productos del entendimiento y preservarlos por medios artificiales*³⁹.

Desde un punto de vista particular, el concepto anterior no rescata la importancia del lenguaje escrito, ya que muestra una visión limitada del mismo y lo reduce a un simple soporte para registrar el habla, y la escritura va más allá, no sólo permite expresarse, ya que concede una mayor comprensión entre los miembros de la sociedad, también sirve como *testimonio de verdad, quizá gracias a ella se fortalecieron las relaciones familiares o sociales, [...] se hizo más humana la comunicación entre los hombres*⁴⁰.

A diferencia de otros autores que consideran el lenguaje escrito más relevante que el lenguaje oral, Ferdinand de Saussure supone *que la única razón de ser de la escritura, es la de representar a la lengua*⁴¹. Y cree que la escritura le ha robado su papel principal, consiguiendo una importancia inmerecida.

Por su parte, Joseph Vendryes plantea que *es un error que un texto escrito pueda ser la representación exacta de la palabra, [...] ya que no se escribe nunca como se habla*⁴². Esta suposición es correcta partiendo desde ese último punto, ya que escribir requiere de mayor elaboración y un lenguaje determinado, tiene reglas y funciones específicas de ortografía y redacción. Sin embargo, *el lenguaje escrito está expuesto a las sacudidas de la lengua hablada*⁴³.

³⁹ HARRIS, Roy, *op. Cit.* p-26.

⁴⁰ MÉNDEZ TORRES, Ignacio, *op. Cit.* p-146.

⁴¹ DE SAUSSURE, Ferdinand, *op. Cit.* p-92.

⁴² VENDRYES, Joseph. *op. Cit.* p- 335.

⁴³ *Ídem.*

Una vez entendido qué significa el lenguaje escrito, comienza la importancia de usarlo apropiadamente, la cual se enuncia en el siguiente tema de esta investigación.

1.4 Importancia del uso correcto del lenguaje escrito.

En esta parte se analiza la importancia del uso adecuado de la escritura, un uso que se ha ido perdiendo con el paso del tiempo y con el avance de la tecnología. Pero no debe dejarse a la deriva, ya que escribir de manera correcta es trascendental para tener una comunicación efectiva.

*Escribir es un proceso complejo que exige pensar, evaluar y modificar constantemente un escrito hasta lograr la forma definitiva.*⁴⁴

Para comenzar a hablar sobre el uso correcto del lenguaje escrito, primero hay que definir cuáles son las características de un buen escrito. Ángel Cervera y Guillermo Hernández enumeran cuatro cualidades, así un buen escrito debe ser *“adecuado” en relación con el contenido que se pretende transmitir y para el destinatario al que se dirige; “efectivo” para conseguir el objetivo por el que fue escrito; “coherente” para transmitir el contenido con claridad, de forma organizada y sin contradicciones, y por último, “correcto”, es decir, sin errores de expresión y bien presentado*⁴⁵.

Sin embargo, para alcanzar estas características y *dominar la modalidad escrita de la lengua se debe pasar necesariamente por un aprendizaje*⁴⁶, y *a escribir bien se aprende leyendo a los grandes escritores*⁴⁷. Éste es un punto interesante, ya que en la escuela es donde enseñan las palabras y las reglas ortográficas, pero de una manera rápida y sin demasiada profundidad. Y para tener un buen nivel de

⁴⁴ **CERVERA**, Ángel y **HERNÁNDEZ**, Guillermo. *Saber escribir*. Santillana. México, 2007, p-59.

⁴⁵ *Ibid.*, p-58.

⁴⁶ *Ibid.*, p-68.

⁴⁷ **VIVALDI**, Martín. *Curso de redacción: Teoría práctica de la composición y del estilo*. Paraninfo/Thompson Learning. España, 2000, p-5.

aprendizaje de reglas gramaticales, ortográficas y de redacción se requiere más, y la lectura es parte fundamental para adquirir estos conocimientos.

Como menciona Martín Vivaldi, es lamentable que *el idioma esté perdiendo elegancia y pureza por falta de precisión, y que cada día se habla y se escribe peor, es decir, apresuradamente, sin esforzarse, sin preocuparse del léxico o de la sintaxis*⁴⁸.

En la actualidad el lenguaje escrito está lleno de *palabras fáciles, es decir, de palabras del vocabulario frecuente que, por su significado muy amplio y poco preciso, pueden formar parte de cualquier acto de comunicación*⁴⁹. Estas palabras vuelven a la escritura imprecisa y carente de significado, aquí también puede aplicar *la ley física, según la cual “lo que se gana en extensión, se pierde en intensidad”*⁵⁰.

Algunos ejemplos son cosa, algo, esto y eso, los cuales son vagos, pero lamentablemente demasiado utilizados y, sin embargo, pueden eliminarse o sustituirse con palabras que brinden mayor relevancia a las expresiones, evitando el uso de estos vicios idiomáticos.

El problema de emplear estos términos es que se vuelven tan comunes que ni siquiera es notoria la pérdida de profundidad en el lenguaje, tanto oral como escrito. Lo más irónico es que el lenguaje tiene una gran riqueza, y es posible utilizar tantos términos para comunicarse, pero esta misma abundancia hace complicado su total conocimiento. Sin embargo, esta situación no justifica la alteración indiscriminada del mismo.

A diferencia de Vendryes, citado en páginas previas, quien piensa que no se escribe como se habla, en el libro “Saber Escribir” se menciona que *existen categorías discursivas propias de los diferentes tipos de discurso, diferentes formas de hablar,*

⁴⁸ *Ibíd.*, p-152.

⁴⁹ *Ibíd.*, p-156.

⁵⁰ *Ibíd.*, p-153.

*que pueden aplicarse tanto a manifestaciones orales como a escritas. Esto explica la constante imbricación de lo oral en lo escrito y al revés, por lo que se puede hablar de la textualidad de la oralidad y de la coloquialidad textual en la escritura. No obstante, la modalidad escrita amplía las posibilidades de la oralidad*⁵¹.

Si bien *las formas de expresión escrita son tan variadas como las de la oral*⁵², en la escritura se requiere un mayor análisis y reflexión, tiene una dinámica propia y en ella *se combinan los conocimientos culturales, el manejo de la lengua y las técnicas de redacción y revisión*⁵³, además hay una mayor exigencia en cuestiones de gramática y léxico, pero también más tiempo para pensar e incluso para corregir lo que se expresa. Una razón más de la importancia de que se maneje apropiadamente.

La correcta escritura es una cuestión de aprendizaje continuo, así como a los niños les cuesta aprender a escribir lo más básico, también es difícil adquirir las reglas impuestas para el lenguaje escrito, se trata de un camino largo y constante, pero no imposible. *La sensibilidad por la escritura se adquiere cuando se ha seguido un proceso de familiarización con los libros y la lectura*⁵⁴.

Además a lo largo de la vida, el lenguaje escrito se vuelve imprescindible, ya sea para la escuela, el trabajo, trámites, hasta para el entretenimiento. No se diga en estos días en que las redes sociales están en su apogeo, y la gente quiere comunicarse a través de ellas, a veces sin pensar que ahí también hay un público exigente y crítico respecto a la degradación que ha sufrido la escritura.

La tecnología ha creado y expandido nuevas formas y soportes comunicativos que han afectado a las formas tradicionales de expresión escrita. Dichos campos de comunicación han inundado la lengua española de multitud de términos

⁵¹ **CERVERA**, Ángel y **HERNÁNDEZ**, Guillermo. *op. Cit.* p-67.

⁵² *Ibíd.*, p-68.

⁵³ *Ibíd.*, p-70.

⁵⁴ *Ibíd.*, p-77.

(neologismos) que han pasado, en relativamente poco tiempo, a ser de dominio público y, por supuesto, han incidido en la creación de códigos singulares para los nuevos usos del lenguaje⁵⁵.

Este aspecto es justamente la inspiración de la actual investigación, ya que estos cambios han sido significativos, pero en ocasiones, lejos de representar un avance, podrían ser considerados un retroceso en el proceso de la comunicación escrita, ya que la limitan y obstaculizan, además de que en estas nuevas plataformas predomina el estilo informal y la adquisición de nuevos términos.

Con esta reflexión concluye el último punto de este apartado, para dar inicio al siguiente capítulo, en el que se habla sobre el Internet, las redes sociales y sus principales consumidores, los Millennials.

⁵⁵ *Ibíd.*, p-481

CAPÍTULO II: Millennials y el uso de plataformas digitales.

En este capítulo los Millennials son los protagonistas, aquí se detallan sus características, costumbres, gustos y hábitos. Además se aborda de manera general el inicio y desarrollo de Internet como un contexto para comprender la evolución que han tenido las plataformas digitales, en específico las redes sociales, las cuales también son descritas más ampliamente, así como su importancia y su uso.

2.1 ¿Quiénes son los Millennials?

En esta parte se describe a la generación conocida como Millennials, detallando sus principales características, hábitos, gustos, no sólo en la vida cotidiana sino también en su faceta como internautas.

Existen diferentes segmentaciones de mercado, utilizadas para diversos objetivos, pero hay una en particular que divide a la población según su rango de edad o generación. En esta segmentación se encuentran: *Baby Boomers (nacieron entre 1946 y 1964)*, *Generación X (entre mediados de la década de 1960 y principios de la década de 1980)*, *Generación Y o Millennials (entre 1980 y 1999)* y *la nueva Generación Z (de 2000 en adelante)*⁵⁶.

Esta investigación se centra en los Millennials, también conocidos como Generación Y, cuyos integrantes son aquellas personas que nacieron entre 1980 y 1999, como se menciona anteriormente, es decir, que tienen entre 16 y 35 años. Aunque este rango de edad varía dependiendo la fuente consultada.

⁵⁶ **EXCELSIOR ONLINE.** "La Diferencia Entre Los Millennials, Sus Papás y Sus Abuelos". Área de Redacción. [Consulta: 06 de septiembre de 2015, 10:30 p.m.]. <http://www.dineroenimagen.com/2014-04-16/35878>

Esta generación es considerada complicada, ya que abarca a adolescentes, jóvenes y adultos, lo que representa cierta dificultad para unificar sus costumbres, gustos, rasgos y necesidades.

Sin embargo, sus principales características son:

- Nivel familiar: *Se declaran completamente liberales en todos sentidos, no consideran el matrimonio como una opción, tener hijos es un tema para el futuro y las relaciones entre parejas del mismo sexo son aceptadas*⁵⁷. Esto implica que los Millennials tienen mayor apertura a las nuevas ideas, a los cambios, les gusta sentirse libres y sin ataduras.

- Nivel educativo: *Prefieren aprender de manera autodidacta, de ahí que los tutoriales en Internet sean su principal fuente de conocimiento*⁵⁸. Con tantos avances tecnológicos es obvio que se modifique la forma de aprender, sobre todo por tanto tiempo que esta generación pasa utilizando Internet, el cual facilita el aprendizaje, ya que brinda cientos y cientos de tutoriales, artículos, noticias, entre otros, que pueden ser leídos, analizados y vistos las veces necesarias.

- Nivel laboral: *Prefieren trabajar desde casa, no se sienten cómodos con los horarios de oficina, por eso buscan opciones de Home Office o en su caso son emprendedores que buscan abrir sus propias empresas. Por lo general duran poco tiempo en un empleo gracias a las grandes expectativas que generan hacia el trabajo.*⁵⁹ *Su forma de ser en la vida es multitasking, hacen varias cosas a la vez*⁶⁰.

⁵⁷ **MERCA 2.0 ONLINE.** “Conoce Las Diferencias Entre Millennials, GenX y Baby Boomers”. Guillermo Perezbolde. [Consulta: 06 de septiembre de 2015, 11:44 p.m.]. <http://www.merca20.com/conoce-las-diferencias-entre-millennials-genx-y-baby-boomers/3/>

⁵⁸ **MERCA 2.0 ONLINE.** “Conoce Las Diferencias Entre Millennials, GenX y Baby Boomers”. Guillermo Perezbolde. [Consulta: 06 de septiembre de 2015, 11:48 p.m.]. <http://www.merca20.com/conoce-las-diferencias-entre-millennials-genx-y-baby-boomers/3/>

⁵⁹ **MERCA 2.0 ONLINE.** “Conoce Las Diferencias Entre Millennials, GenX y Baby Boomers”. Guillermo Perezbolde. [Consulta: 06 de septiembre de 2015, 11:44 p.m.]. <http://www.merca20.com/conoce-las-diferencias-entre-millennials-genx-y-baby-boomers/3/>

⁶⁰ **INFORMA BTL ONLINE.** “Características De Los Millennials Que Tal Vez No Conocías”. Daniel Rivera. [Consulta: 06 de septiembre de 2015, 11:58 p.m.]. <http://www.informabtl.com/caracteristicas-de-los-millennials-que-talvez-no-conocias/>

Esto derivado también de las múltiples plataformas y herramientas que se tienen actualmente, por ejemplo, es muy común, ver alguna película en una pantalla, chatear con amigos por Facebook, leer un artículo en algún sitio web y abrir muchos sitios más con asuntos interesantes por revisar. Todo al mismo tiempo, haciendo varias cosas a la vez, sin concentrarse ni terminar ninguna.

Según un estudio de la agencia D'arriens, un 76 por ciento de los millennials busca dentro del trabajo, oportunidades para aprender y el 70 por ciento desea obtener feedback de sus superiores, para mejorar tanto en crecimiento personal, como profesional. Además se preparan para conseguir sus objetivos personales y profesionales en el sector de su interés. Desean también un empleo en el que puedan compaginar su vida personal con la profesional y un 61 por ciento de ellos, exige respeto por los límites de su jornada de trabajo⁶¹. Este último punto es muy acertado, puesto que es cada vez más común sobrepasar las horas laborales pactadas, sin pago extra, es decir, hay hora de entrada pero no de salida. Pero esta generación demanda el cumplimiento estricto de su horario, porque también valora su vida personal y no está dispuesta a desatender otros aspectos de su vida por el trabajo.

En la investigación también se ha podido conocer que les agrada ir al trabajo con ropa informal y les encantaría prepararse en otros países diferentes al de origen, por lo que buscan grandes empresas trasnacionales que puedan brindarles esa oportunidad⁶². También por el hecho de no querer casarse y esperar por los hijos, la generación Y tiene más tiempo para aprender y para viajar, buscando con esto contar con mayores conocimientos y aptitudes, para así conseguir mejores ofertas de empleo.

⁶¹ **MERCA 2.0 ONLINE.** "El 41% De Los Empleados Serán Millennials En 2020". Valeria Murgich. [Consulta: 07 de septiembre de 2015, 12:53 a.m.]. <http://www.merca20.com/el-41-de-los-empleados-seran-millennials-en-2020/>

⁶² **MERCA 2.0 ONLINE.** "El 41% De Los Empleados Serán Millennials En 2020". Valeria Murgich. [Consulta: 07 de septiembre de 2015, 12:55 a.m.]. <http://www.merca20.com/el-41-de-los-empleados-seran-millennials-en-2020/>

Este grupo es *la primera generación de nativos digitales*⁶³. Y este nombre no es en vano, ya que todo tipo de plataformas digitales invaden su vida, ahora no pueden concebirla sin Internet, las redes sociales y las nuevas tecnologías.

Esta generación nació con Internet, su *herramienta favorita son los smartphones y tablets, y pasan gran parte de su tiempo utilizando estos dispositivos durante el día*⁶⁴. Ahora es tan común ver en el transporte, en los centros comerciales, en las escuelas, etc., que todas las personas están enfrascadas en sus celulares, ya no hay tiempo exclusivo para cada actividad, ya que están invadidas por la tecnología. Este uso constante y casi ilimitado ha provocado que su vida sea digital, móvil, es decir, están conectados prácticamente todo el tiempo y en cualquier parte, llegando al grado en que *sin red no pueden vivir y se dice que un 78% de los Millennials en Latinoamérica posee un teléfono celular donde la mayor parte del tiempo es utilizado totalmente como ocio y redes sociales. Además tienen una gran demanda hacia las aplicaciones*⁶⁵.

Estos cambios de hábitos generados por las nuevas tecnologías, no sólo han transformado la vida de los usuarios, también han modificado a las empresas y su forma de trabajo y de llegar a las personas. Por ejemplo, es notable que las televisoras han perdido audiencia, ya que *casi el 60% de los Millennials ve películas por internet y el 46% por televisión de paga, grupos donde la publicidad clásica no es lo suficientemente buena para atraerlos*⁶⁶. Lo que seguramente está generando

⁶³ **FACEBOOK PARA EMPRESAS.** “*Nativos Digitales: El Comportamiento De La Generación Millennial En Facebook*”. [Consulta: 06 de septiembre de 2015, 11:51 p.m.]. <https://www.facebook.com/business/news/LA-Nativos-digitales-entiende-el-comportamiento-de-la-generacion-Millennial-en-Facebook>

⁶⁴ **MERCA 2.0 ONLINE.** “*Conoce Las Diferencias Entre Millennials, GenX y Baby Boomers*”. Guillermo Perezbolde. [Consulta: 07 de septiembre de 2015, 12:14 a.m.]. <http://www.merca20.com/conoce-las-diferencias-entre-millennials-genx-y-baby-boomers/3/>

⁶⁵ **INFORMA BTL ONLINE.** “*Características De Los Millennials Que Tal Vez No Conocías*”. Daniel Rivera. [Consulta: 06 de septiembre de 2015, 12:19 a.m.]. <http://www.informabl.com/caracteristicas-de-los-millennials-que-talvez-no-conocias/>

⁶⁶ **INFORMA BTL ONLINE.** “*Características De Los Millennials Que Tal Vez No Conocías*”. Daniel Rivera. [Consulta: 06 de septiembre de 2015, 12:30 a.m.]. <http://www.informabl.com/caracteristicas-de-los-millennials-que-talvez-no-conocias/>

preocupación a los dueños de las televisoras, ya que les es difícil mantener la atención de una generación tan amplia e importante.

Así, los Millennials se han convertido en grandes consumidores de video en Internet, lo que les permite consumir el contenido cuando lo desean, situación que los ha alejado de la TV y el radio. Además no les interesan los medios de comunicación, por lo que las noticias llegan a su vida de manera viral en redes sociales. Es la generación que menos lee y aunque tienen un gran sentido social, no buscan profundizar en la información y se quedan con lo que les llega⁶⁷.

Particularmente, este último punto es cuestionable, ya que no se puede generalizar sobre los hábitos de lectura de toda una generación. Sí es lamentable que conforme pase el tiempo, se vaya perdiendo la costumbre de leer, pero en especial este grupo se encuentra en medio de los libros físicos y de las publicaciones digitales, lo que le permite elegir su forma de adquirir conocimientos. Además se ha adaptado para evolucionar junto con la tecnología, para no quedarse atrás, pero sin dejar de lado la importancia y el placer de leer un buen libro.

Asimismo, se debe estar consciente de que no toda la información de Internet es buena, muchas publicaciones son refritos de refritos, o no tienen un contenido de valor. Aquí lo principal es aprender a diferenciar lo que en verdad vale la pena consumir.

A pesar de esto, dentro de sus características es posible apreciar que los Millennials son *consumidores exigentes a todo nivel, tanto de productos de gran consumo como de contenidos e incluso con respecto a los lugares donde adquieren dichos productos⁶⁸*. El mismo avance de la tecnología ha provocado una lucha entre las

⁶⁷ **MERCA 2.0 ONLINE.** “Conoce Las Diferencias Entre Millennials, GenX y Baby Boomers”. Guillermo Perezbolde. [Consulta: 07 de septiembre de 2015, 12:33 a.m.]. <http://www.merca20.com/conoce-las-diferencias-entre-millennials-genx-y-baby-boomers/3/>

⁶⁸ **MERCA 2.0 ONLINE.** “El 41% De Los Empleados Serán Millennials En 2020”. Valeria Murgich. [Consulta: 07 de septiembre de 2015, 12:50 a.m.]. <http://www.merca20.com/el-41-de-los-empleados-seran-millennials-en-2020/>

empresas, que pelean por la atención de los clientes, lo que a su vez, quizá esté creando una mejora de los productos, así como de su publicidad. Ahora las compañías deben ser más inteligentes y menos invasivas, porque los millennials no están dispuestos a seguir siendo bombardeados por anuncios como se hacía antes.

Al pasar tanto tiempo en estas plataformas, es lógico que esta generación se informe, se comunique y adquiera productos y servicios a través de ellas, lo que a su vez ha llevado a las compañías a moverse hacia donde su público se encuentra. Y como no hacerlo, si *casi el 50 por ciento de los usuarios de entre 19 y 22 años utiliza sus dispositivos móviles 4 horas al día, mientras que un tercio lo hace por cinco horas o más a diario*⁶⁹. Además el 75% de los Millennials usa las redes sociales, 29% las visita varias veces al día y 26% las visita sólo una vez al día⁷⁰. Estas cifras no les dejan a las empresas más que mudarse a las plataformas digitales para seguir existiendo.

Aquí se puede concluir que estas características son generales, ya que a pesar de englobar la vida, hábitos, necesidades y demandas de esta generación, lo cierto es que no todas las personas dentro de este rango de edad cuentan con la facilidad de adquirir un dispositivo o el tiempo suficiente para dedicarle a las redes sociales. Se trata de una visión muy amplia de esta generación, puesto que siempre habrá quienes salgan de estas normas.

Hasta aquí se abordaron las características de la generación Y, quienes son los principales consumidores de Internet y redes sociales. Pero es importante conocer más sobre estos dos temas para comprender sus avances y la relevancia que han adquirido en los últimos años, puntos que se tocan en el siguiente apartado.

⁶⁹ **MERCA 2.0 ONLINE.** “¿Los Millennials Alguna Vez Sueltan Sus Teléfonos Móviles?”. Valeria Murgich. [Consulta: 07 de septiembre de 2015, 1:41 p.m.]. <http://www.merca20.com/los-millennials-alguna-vez-sueltan-sus-telefonos-moviles/>

⁷⁰ **EXCELSIOR ONLINE.** “La Diferencia Entre Los Millennials, Sus Papás y Sus Abuelos”. Área de Redacción. [Consulta: 07 de septiembre de 2015, 12:42 a.m.]. <http://www.dineroimagen.com/2014-04-16/35878>

2.2 Breve introducción sobre el desarrollo de Internet

En esta parte se habla sobre Internet, qué es, cómo funciona, además de su historia y el progreso que ha tenido.

Primero que nada, ¿qué es Internet? *Es una matriz global de redes de computadoras interconectadas entre sí que utiliza el protocolo de internet (IP) para comunicarse una con la otra. [...] En términos más sencillos, es una red de millones de computadoras interconectadas donde se puede intercambiar información y donde se pueden correr múltiples aplicaciones. Internet puede verse también como un poderoso medio de comunicación, [...] como un medio de educación, entretenimiento y más recientemente como una herramienta para el comercio electrónico. IP es asimismo parte del protocolo TCP/IP (Transmission Control Protocol/Internet Protocol), el cual se desarrolló para interconectar equipos de cómputo de diversas arquitecturas.*⁷¹.

Dominique Wolton considera el Internet como una revolución tecnológica, que tiene *una aspiración fundamental, la libertad, en la que se puede tener lo que uno quiere y cuando quiere. La generación de los jóvenes de quince a treinta años tiene esta cultura de Internet*⁷².

Para este autor, Internet *no es un medio de comunicación generalista, sino temático. [...] El medio de comunicación nace de una oferta construida por profesionales, que utiliza un sistema tecnológico para encontrar un público, como la radio. [...] Mientras que Internet se trata de mensajes en todos los sentidos, enviados por cualquiera, captados por cualquiera y organizados por nadie*⁷³.

⁷¹ **SERRANO**, Arturo, y **MARTÍNEZ**, Evelio. *La brecha digital: mitos y realidades*. Universidad Autónoma de Baja California, México, 2003, p-56.

⁷² **WOLTON**, Dominique. *Sobrevivir a Internet*. Gedisa. España, 2000, p-31.

⁷³ *Ibíd.*, p-66

Ésta es una definición un tanto pesimista, ya que la limita y la resume como un soporte casi sin sentido, útil únicamente para mandar mensajes. Quizá a sus inicios lo era, pero el desarrollo de esta red ha sido impresionante, no sólo permite comunicarse a través de distintas plataformas, además ayuda a educar, como fuente de información, de entretenimiento, de contenidos, etc., aunque lo cierto es que al estar disponible para casi todo el público, la información en ocasiones puede no ser totalmente confiable.

Por su parte, Sergio Calvo menciona que Internet *se trata de una Red (Net) informática que, con carácter global, es capaz de conectar entre sí (Inter) las distintas redes locales de todo el mundo. A su vez, a esas redes locales que sólo están conectadas dentro de ellas se les denomina Intranet. El origen de Internet se encuentra, por tanto, en la Intranet, y la primera Intranet de la que se tiene constancia fue la ARPANET*⁷⁴.

En su libro *Comunicación en Internet*, este autor cuenta un poco sobre la historia del Internet:

*La ARPANET (Advanced Research Project Agency NET) apareció por primera vez en los Estados Unidos a finales de la década de los sesenta (1969), como un mecanismo militar en busca de la descentralización de las comunicaciones en caso de guerra. Gracias a esta red si la información no podía fluir por un determinado camino, buscaba otro por el que llegar a su destino. Se trataba de interconectar teletipos con ordenadores para crear una red privada de comunicaciones que asegurase la transmisión de información cuando los canales habituales no pudiesen hacerlo. [...] Ésta fue la verdadera aportación del programa ARPANET para el desarrollo posterior de Internet*⁷⁵.

⁷⁴ CALVO, Sergio, y REINARES, Pedro. *Comunicación en Internet*. Paraninfo, España, 2001, p-1.

⁷⁵ *Ídem*.

A lo largo de la década de los setenta distintas universidades pudieron beneficiarse de las aportaciones de la Red, y comenzar a convertir un proyecto estrictamente militar en un proyecto académico y de investigación. Paralelamente a este proyecto, en 1973 el pentágono puso en marcha el proyecto Internetting con el objetivo de que ordenadores pertenecientes a diferentes redes también pudieran conectarse entre sí. Éste fue el paso definitivo de la Intranet a Internet. Gracias a este proyecto se comenzó a diseñar un protocolo de comunicación que daría lugar al TCP/IP (Transmission Control Protocol/Internet Protocol), básico para conseguir una comunicación fluida a través del ciberespacio, es decir, a través de los ordenadores conectados en red a lo largo y ancho de nuestro planeta⁷⁶.

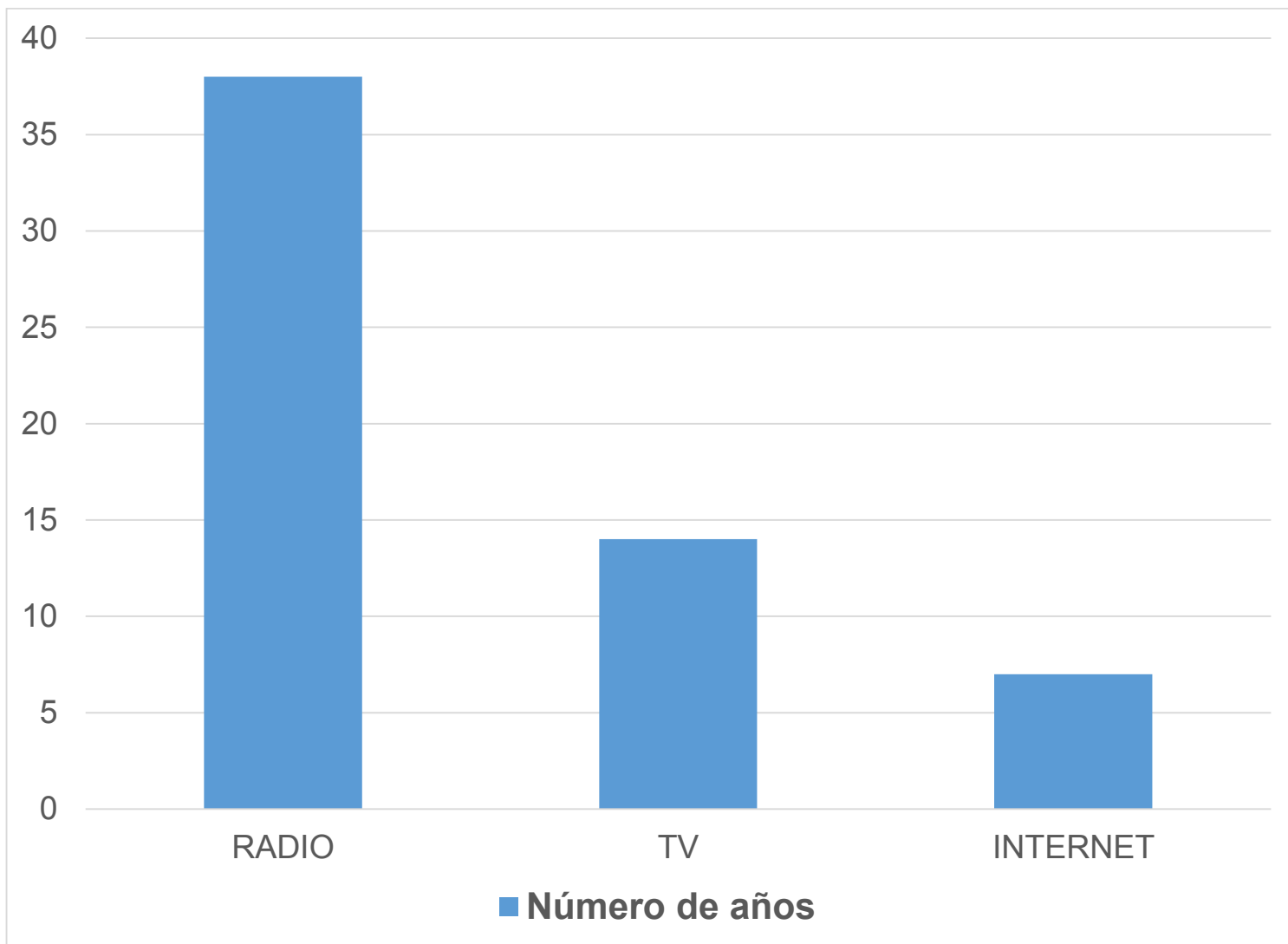
Desde el momento en que se estableció un protocolo de comunicación común, Internet empezó a desarrollarse a un ritmo vertiginoso muy por encima de cualquier previsión de sus creadores⁷⁷.

Es indiscutible el progreso que la tecnología ha tenido, sobre todo en los últimos años. El Internet se ha desarrollado a pasos agigantados, dando apenas tiempo para adecuarse a estos avances, además ha cambiado la forma en que se concebían las cosas, *ha invadido nuestras vidas y, poco a poco, como en su día ocurrió con la radio o la televisión, está cambiando nuestros hábitos, nuestra forma de acceder a la información, nuestra manera de comprar, nuestro tiempo de ocio..., pero a diferencia de lo que ocurrió con esos otros medios, el cambio con Internet lleva un ritmo frenético. Mientras que la radio necesitó casi cuarenta años para alcanzar a cinco millones de usuarios, Internet sólo ha necesitado cinco años para alcanzar esa misma cifra y, lo que es mejor, este cambio no ha hecho nada más que empezar.*⁷⁸

⁷⁶ *Ibíd.* p-2

⁷⁷ *Ibíd.* p-3

⁷⁸ *Ibíd.* p-5



Tiempo necesario por cada medio para alcanzar 50 millones de usuarios.

Fuente: Forrester, 2000.⁷⁹

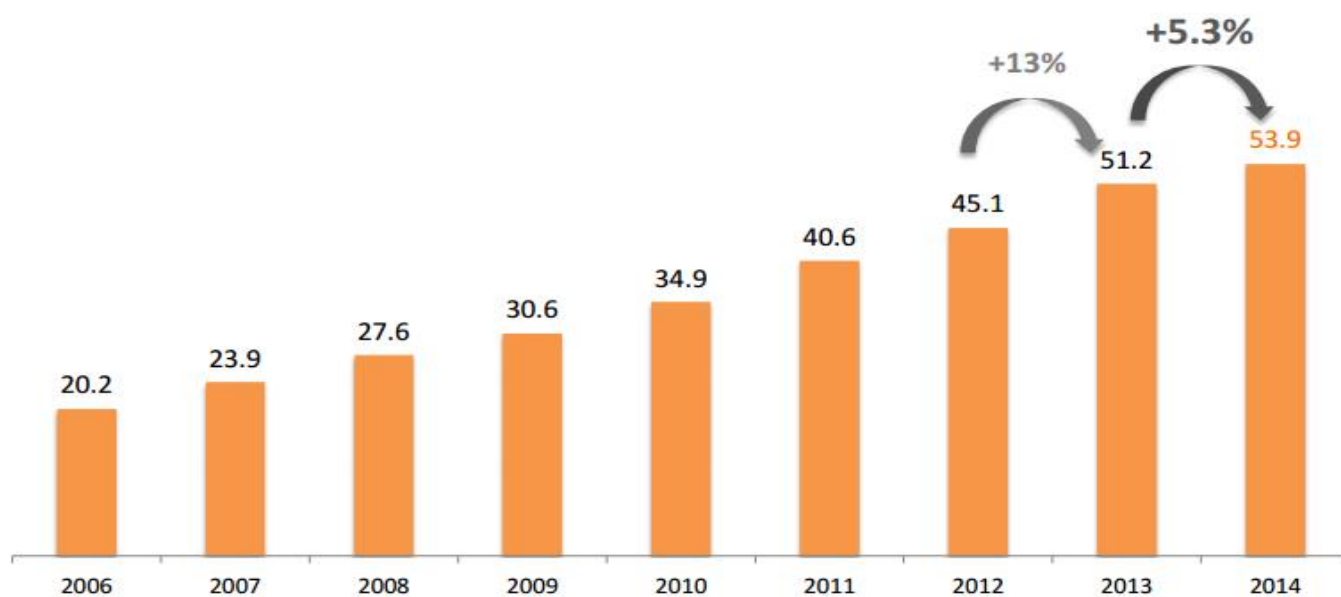
Usar Internet se ha vuelto algo cotidiano, y cada vez es más común que las personas utilicen los dispositivos y las herramientas que les facilitan el acceso a esta red. Según la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI) en su Estudio de Hábitos 2015, los internautas pasan en promedio 6 horas y 11 minutos al día conectados a Internet, lo que representa 24 minutos más que en 2014, y *el acceso a redes sociales ya es la principal actividad online, por encima de enviar/recibir*

⁷⁹ *Ídem.*

mails, aunque es para un uso mayoritariamente de ocio (seguido, bajo este prisma de ocio, de gestión de mails y descarga de música)⁸⁰.

Además muestra la evolución que han tenidos los usuarios de Internet en México del año 2006 al 2013.

Evolución usuarios de internet en México 2006-2013*



*Cifras en millones calculadas por la Amipci, con base en información del Inegi y IFETEL.



⁸⁰ ASOCIACIÓN MEXICANA DE INTERNET (AMIPCI). "11° Estudio sobre los hábitos de los usuarios de Internet en México 2015". Formato PDF. [Consulta: 14 de septiembre de 2015, 12:38 a.m.]. https://amipci.org.mx/images/AMIPCI_HABITOS_DEL_INTERNAUTA_MEXICANO_2015.pdf

Ante estas cifras, se nota que el avance de Internet es imparable y puede llegar a ser considerado mejor que otros medios, ya que en esta red *prevalece la apertura, la horizontalidad discursiva, la tolerancia, la diferencia, la diversidad, la disidencia y, hasta ahora, la más amplia universalidad temática. Por ello, para muchos adolescentes y jóvenes, Internet se ha convertido en la principal alternativa de entretenimiento mediático en su tiempo libre, desplazando a un segundo plano a la televisión y a los medios convencionales*⁸¹.

Asimismo, *los usuarios de la red con relativa facilidad pueden asumir la condición de emisores activos, capaces de concebir, crear y producir contenidos, los cuales competirán frente a otras ofertas informativas, aquí el usuario primero produce y participa, en segundo lugar se informa, y en tercero compra y consume. Además las atractivas opciones de entretenimiento que el usuario de Internet puede encontrar en las diferentes herramientas de comunicaciones de Internet suelen acaparar poderosamente su atención y la mayor parte de su tiempo, con la enorme ventaja de que la gran mayoría son gratuitas*⁸², y como ejemplo basta observar el fenómeno de las plataformas digitales, y específicamente, las redes sociales.

En este punto se brindó una breve introducción sobre el inicio y evolución de Internet, como un contexto que diera paso al tema de las plataformas digitales, las cuales se explican en el siguiente apartado, así como su evolución y su uso.

2.3 Plataformas digitales: Redes sociales

En este tema se explica qué son las plataformas digitales, y se definen específicamente las redes sociales, para comprender mejor el desarrollo y la importancia que éstas han tenido, ya que son muy utilizadas en la actualidad, pero en realidad, las personas no se detienen a entenderlas más a fondo.

⁸¹ ISLAS, Octavio, y GUTIÉRREZ, Fernando. *Internet: el medio inteligente*. Compañía Editorial Continental, México, 2000, p-50.

⁸² *Ídem*.

2.3.1 Definición de plataforma digital

En esta parte se explica qué es una plataforma digital, lo que da paso para entender el concepto de redes sociales.

También se conocen como plataformas online o comunidades virtuales, que *son formas de asociación comunitaria que han encontrado en el ciberespacio un entorno natural de interacción basado en la desconexión con el marco físico que era típico de las comunidades físicas*⁸³.

De manera particular, estas plataformas digitales son escenarios dentro del ciberespacio en los que las personas generan y comparten contenido, y en los que además se les permite mantener contacto con otros usuarios. *En la mayoría de los casos no se trata de programas informáticos que se instalan en el ordenador, sino de aplicaciones que funcionan en la web directamente, y a las que se accede con un nombre de usuario y un password (contraseña) una vez que la gente se ha registrado en el servicio. La mayoría de ellas son gratuitas*⁸⁴.

Son plataformas o comunidades online en que las personas encuentran un lugar para relacionarse, para compartir lo que les sucede, para aprender y distraerse. Estos espacios han logrado un gran impacto, debido al avance de las tecnologías y a las facilidades de comunicación a distancia que generan, lo que los ha vuelto prácticamente imprescindibles en la vida de los usuarios.

La idea fundamental es, entonces, intercambiar contenidos entre personas que se relacionan libremente en el espacio virtual. Constituyen verdaderos espacios o

⁸³ YUS, Francisco. *Virtualidades reales. Nuevas formas de comunidad en la era de Internet*. Universidad de Alicante, España, 2007, p-35.

⁸⁴ CORDÓN, Alonso, Gómez y López. *Las nuevas fuentes de información: información y búsqueda documental en el contexto de la web 2.0*. Ediciones Pirámide, España, 2010, p-275.

*vehículos de comunicación, expresión popular y poder, influenciando directamente en las preferencias y opiniones de consumidores y usuarios*⁸⁵.

*Las comunidades virtuales se encuentran en permanente configuración, y la reconfiguración y el tipo de prácticas en las que participan sus miembros son cada vez más diversas, desde grupos políticos, sociales, culturales, socioidentitarios, hasta grupos de difusión de anuncios clasificados personales o con fines comerciales y profesionales*⁸⁶.

En esta clasificación no sólo están las redes sociales, también se encuentran los correos electrónicos, los foros de discusión, aplicaciones, etc. Normalmente, como se menciona en párrafos previos, estas plataformas virtuales son de libre acceso y sólo requieren de la creación de un perfil, a través de un usuario y contraseña.

*Facebook, Twitter y otras redes sociales constituyen verdaderas plataformas digitales activas de relaciones interpersonales, donde navegan contenidos de gran variedad en un océano de fotos, video, opiniones, pensamientos y tendencias*⁸⁷.

Como se explica anteriormente, estas plataformas digitales no se reducen únicamente a las redes sociales, pero éstas son las que se estudian en la presente investigación, por lo que se describen en el siguiente subtema.

2.3.2 ¿Qué son las redes sociales?

En este punto se habla brevemente sobre el inicio de las redes sociales y se brindan definiciones de distintos autores para una mejor comprensión del concepto.

Las primeras redes sociales online se crearon en base a un antiguo sistema informático conocido como BBS (Bolletín Board System o tablón de anuncios). La

⁸⁵ **TOMEIO**, Fernando. *Redes sociales y tecnologías 2.0*. Editorial Astrea, Argentina, 2014, p-45.

⁸⁶ **QUINTAR**, Calello, Aprea y otros. *op. Cit.* p-77.

⁸⁷ **TOMEIO**, Fernando. *op. Cit.* p-43.

primera BBS se creó en 1977 y permitía que sus usuarios intercambiaran textos y archivos. Estos sistemas se vieron sustituidos por el uso de Internet, apareciendo distintos tipos de comunidades como listas de correo electrónico, grupos de noticias, chat, etc. El primer servicio de red social como se conoce hoy fue “Friendster” en el año 2002. A éste le han seguido otros más conocidos como Facebook, Twitter o LinkedIn⁸⁸.

Las redes sociales han invadido la vida de las personas y se han adueñado de su tiempo, en especial el de los jóvenes. Pero ¿qué son? Enrique Bustamante considera a las redes sociales como *un grupo o conjunto de personas que comparten elementos en común tales como un idioma, costumbres, valores, tareas, visión del mundo, edad, ubicación geográfica, estatus social, roles, hobbies, etc., pero con la característica de hacerlo vía Internet⁸⁹.*

Sin embargo, las redes sociales han llegado más allá, no se trata únicamente de unir a grupos de personas con características parecidas, este fenómeno ha logrado acercar a prácticamente toda la gente en un solo lugar, sin importar edad, sexo, ubicación, etc. Todos están en las redes sociales, ya sea por gusto, por pertenecer, por trabajo, salvo algunas excepciones en las que no se tengan recursos para adquirir los dispositivos necesarios, o porque se niegan a estos cambios.

Este autor identifica de la misma manera redes sociales y comunidades virtuales en Internet, pero él mismo menciona que *existen otros autores que no están de acuerdo con el término, ya que estos conglomerados sociales, representan intereses comunes, formas de vida, investigaciones, temas, hobbies de personas reales con motivaciones concretas que los llevan a formar parte de estas “agrupaciones” y no*

⁸⁸ **CARBALLAR**, José Antonio. *Internet: El libro del navegante*. Ediciones de la U, Colombia, 5° Edición, 2013, p-208.

⁸⁹ **BUSTAMANTE**, Enrique. *Redes sociales y comunidades virtuales en Internet*. Alfaomega, México, 2008, p- XIX.

*son virtuales; existen aunque sea a la distancia y sin nunca haber enfrentado sus rostros, e incluso, sus verdaderos nombres*⁹⁰.

Lo que es cierto, ya que si bien el Internet y las redes sociales permiten acercarse a otras personas, detrás de los monitores y los dispositivos hay gente, grupos reales que se unieron virtualmente con el objetivo de comunicarse, de compartir intereses, es decir, sólo están aprovechando las nuevas tecnologías para acortar un poco la distancia entre ellos. Ahora es más fácil estar lejos, pero cerca a la vez, aunque quizá para muchos sea lo contrario.

*Una red social se puede definir como un lugar de interacción virtual que sirve como punto de encuentro para varios miles o incluso millones de personas de todo el mundo que comparten intereses y/o características sociodemográficas, y que participan en un proceso de comunicación y de difusión de todo tipo de contenidos, mensajes y noticias*⁹¹.

De manera particular, esta definición está incompleta, puesto que las personas que utilizan las redes sociales no tienen que estar cerca para comunicarse. Son miles los casos de usuarios que se conocieron a través de estas plataformas, sin haberse visto jamás. Es una de sus grandes virtudes, ya que no hay límites demográficos.

*Desde un punto de vista sociocultural, las redes sociales son herramientas transformadoras de los hábitos*⁹². Actualmente todo se hace por medio de estas redes, la gente se comunica por los chats que ofrecen, las felicitaciones se hacen publicando en el muro de otros, ya no se envían invitaciones, ahora se crean eventos a través de Facebook, se busca información sobre cursos y temas de intereses directamente en los perfiles de las empresas, y la lista continúa.

⁹⁰ *Ibíd.* p-XX.

⁹¹ **GÓMEZ**, Álvaro, y **OTERO**, Carlos. *Redes sociales en la empresa. la revolución e impacto a nivel empresarial y profesional*. Ediciones de la U, España, 2013, p-19.

⁹² *Ídem.*

En las redes sociales son importantes *las relaciones de los actores que participan en ellas (individuos, grupos sociales, instituciones, etc.) más que sus atributos específicos. Las redes constituyen una modalidad de intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones que tienen necesidades e intereses comunes y en ese flujo van configurando espacios de identificación parciales, continuamente reconstituidos en función de la pertenencia de los sujetos a múltiples comunidades.*⁹³

Aquí se rescata la importancia de las relaciones que se generan dentro de estas redes sociales, esos vínculos creados con otras personas al tener los mismos gustos, formas de pensar, hábitos, etc. Lo que habla de su función social, ya que se *han convertido en un lugar en el que el individuo puede desarrollarse y relacionarse con los demás, actuando así como un instrumento de socialización y de esparcimiento*⁹⁴. Éste es su uso fundamental, pero no debe dejarse a un lado el contenido producido en estas plataformas, es decir, todo aquello que nos aporta algo, ya sea como información y conocimiento, o como diversión y ocio.

Esta reflexión lleva al siguiente punto de esta investigación, que es el uso que se le da a las redes sociales, el cual varía dependiendo de quién las utilice, ya que no es lo mismo una persona o una empresa, además también cambia por la edad, los gustos e intereses.

2.3.2 Uso de las redes sociales

En este apartado se describen los diferentes usos que tienen las redes sociales, los cuales cambian según quién las emplee y sus objetivos.

Un punto que explica la trascendencia de estas redes son *las posibilidades que pueden tener en la reconfiguración de actividades de la vida cotidiana y*

⁹³ QUINTAR, Calello, Aprea y otros. *Los Usos de las TICs: una mirada multidimensional*. Universidad Nacional de General Sarmiento, Prometeo Libros, Argentina, 2007, p-74.

⁹⁴ BUSTAMANTE, Enrique. *op. Cit.* p-XXI.

*profesional*⁹⁵. Dicho de otra manera, la fuerza y el avance tanto de la tecnología como de las redes sociales han logrado cambiar casi por completo los hábitos de las personas y la forma en que se comunican, en que trabajan, en que aprenden y en que se informan. Es curiosa la manera que en que todo se ha transformado, anteriormente sólo se aprendía en la escuela y en los libros, las noticias llegaban de los periódicos y noticieros, se trabajaba en reuniones y atrás de un escritorio, la comunicación era a través de llamadas telefónicas. Y, aunque estos hábitos no están completamente extintos, la realidad es que ahora todo ha cambiado.

Actualmente estas mismas actividades se pueden hacer desde un solo dispositivo y una red social. Lo que permite entender la importancia y la utilidad de estas redes, las cuales son muy variados.

Por ejemplo, como se explicó en puntos previos, *el acceso a redes sociales ya es la principal actividad online, aunque es para un uso mayoritariamente de ocio*⁹⁶. Las personas las utilizan para pasar el tiempo, jugar, intercambiar imágenes y comentarios sobre lo que sucedió en su día, en fin, cuestiones de entretenimiento, que les ayudan a olvidarse por un momento del estrés diario. El problema comienza cuando se invierte demasiado tiempo en esto, ya que *el uso intenso de las redes llega a tal punto que se puede convertir en una adicción*⁹⁷.

Otro de sus usos primordiales es la formación de grupos que poseen los mismos gustos, hábitos e intereses. Estos aspectos en común forman vínculos entre las personas, cumpliendo el objetivo de acercarlas a pesar de la distancia. También se busca mantener contacto con amigos y familia, que están lejos o con quienes no se

⁹⁵ *Ibíd.*, p-XXVIII

⁹⁶ **ASOCIACIÓN MEXICANA DE INTERNET (AMIPCI)**. “11° Estudio sobre los hábitos de los usuarios de Internet en México 2015”. Formato PDF. [Consulta: 21 de septiembre de 2015, 2:44 p.m.]. https://amipci.org.mx/images/AMIPCI_HABITOS_DEL_INTERNauta_MEXICANO_2015.pdf

⁹⁷ **EL TIEMPO ONLINE**. “El Uso de Las Redes Sociales”. Guillermo Santos. [Consulta: 21 de septiembre de 2015, 2:51 p.m.]. <http://www.eltiempo.com/opinion/columnistas/el-uso-de-las-redes-sociales-guillermo-santos-calderon-columnistas-el-tiempo/16050175>

ha convivido en mucho tiempo. Así la gente puede *interactuar para satisfacer sus necesidades o llevar a cabo roles específicos*⁹⁸.

La búsqueda de información es un objetivo más de las redes sociales. Ahora la gente se informa en mayor medida a través de estas plataformas, por lo que los periódicos y noticieros tuvieron que darle la oportunidad a lo digital para no quedarse atrás.

Además una gran ventaja son las noticias en tiempo real, es decir, hay un temblor, un acto terrorista, la muerte de alguien y es posible enterarse minutos después de que sucedió. Aunque también se entra en el tema de la veracidad de esta información. En múltiples ocasiones se ha anunciado el fallecimiento de algún famoso, el cual posteriormente es desmentido. Aquí la reflexión lleva a elegir adecuadamente y conocer a quién se sigue y de quién se reciben las noticias dentro de las redes.

De esta misma manera ha cambiado la educación y la adquisición de nuevos conocimientos. Actualmente es posible aprender con tutoriales compartidos en las redes sociales, con videos mostrados por las empresas, las cuales ha tenido que involucrarse más en estas nuevas formas de enseñar y transmitir conocimientos, brindando cursos en línea o los *webinars*, que son *programas que permiten hacer conferencias online, lo cual es beneficioso para marcas que tienen sede en distintos lugares o que tienen que tratar con personas que no están en la misma ciudad*⁹⁹, además son el tiempo real y representan una forma fácil, rápida y económica de aprender.

Aquí mismo es posible observar la manera en que las empresas han tenido que desarrollarse y adaptarse a las nuevas tecnologías. Por lo que han encontrado un

⁹⁸ *Ibíd.*, p-11.

⁹⁹ **MERCA 2.0 ONLINE.** “¿Por qué debes incorporar webinars en tu marca?”. Alexandra Domínguez. [Consulta: 21 de septiembre de 2015, 3:11 p.m.]. <http://www.merca20.com/por-que-debes-incorporar-webinars-en-tu-marca/>

nuevo uso de las redes, es decir, como soporte de publicidad y marketing. Primero porque las personas están ahí y ellos deben estar donde se encuentran sus clientes. Segundo porque representa una disminución de costos para sus estrategias, logrando que su marca tenga presencia e interacción con las personas, además de que los mismos usuarios facilitan la segmentación de mercado, ya que ofrecen en sus perfiles múltiples datos personales.

Sin embargo, un aspecto a considerar es que, a pesar de que la publicidad puede ser ignorada, las empresas se están integrando cada vez más a las redes sociales, y es importante no saturar a los internautas, ya que podrían fastidiarse de la misma forma que pasó con otros medios tradicionales como la tv, la radio y las revistas.

Las redes sociales están cambiando la publicidad tradicional a un modelo que tiene que ver más con la relación personal que con las marcas, [...] además este tipo de campañas publicitarias, consigue 40 veces más clics que los módulos de publicidad online tradicionales¹⁰⁰.

También se pueden rescatar los usos sociales, es decir, las redes se usan como soportes para anunciar causas y movilizaciones ciudadanas. *Si bien es cierto que ninguna tecnología por sí sola produce cambios sociales o políticos, resulta evidente el papel que están jugando las redes sociales en el replanteamiento de las relaciones entre los ciudadanos y el poder¹⁰¹.*

Además las redes sociales son utilizadas en la política, así *los políticos, los partidos y los gobernantes tienen en los medios sociales unos poderosos instrumentos para renovar los cauces de participación de los ciudadanos en la vida pública. Ya que*

¹⁰⁰ **MARKETING DIRECTO ONLINE.** “La Publicidad en Redes Sociales es 40 Veces Más Efectiva que la Tradicional”. [Consulta: 21 de septiembre de 2015, 3:27 p.m.]. <http://www.marketingdirecto.com/actualidad/social-media-marketing/la-publicidad-en-redes-sociales-es-40-veces-mas-efectiva-que-la-tradicional/>

¹⁰¹ **ORIHUELA,** José Luis. *Mundo Twitter: Una guía para comprender y dominar la plataforma que cambió la red.* Editorial Alienta, 4º Edición, España, 2011, p-91.

*ante la creciente desconfianza de éstos hacia la clase política, una herramienta que aporte transparencia a su trabajo y cercanía con sus electores puede ayudar a revertir la situación*¹⁰². Ejemplos de esto es la célebre campaña presidencial que tuvo Barack Obama en 2008, en todas las grandes protestas sociales desde las manifestaciones contra la cumbre del G-20 en Londres, de 2009, y en la sucesión de vertiginosas revoluciones que han tenido lugar desde 2010, en los cuales las redes sociales han operado como un sistema sináptico que ha facilitado y propulsado la organización espontánea de los participantes y la difusión internacional de las acciones¹⁰³.

Es evidente la gran cantidad de usos que tienen las redes sociales, lo que deja ver su importancia en la actualidad y su extraordinario progreso, no sólo como medio de comunicación, sino como fuente de información, entretenimiento y aprendizaje.

Sin embargo, es imperioso mencionar que no todas las funciones de estas plataformas son buenas ni productivas. Lamentablemente es fácil encontrar los malos usos que se les dan.

*Las redes sociales pueden ser utilizadas como vehículos para la afectación de derechos corporativos y personalísimos (tales como la imagen, la intimidad y la reputación personal), así como también como plataformas o vehículos para llevar adelante acciones de bullying, grooming o usurpación de identidad digital*¹⁰⁴.

Una razón por la que las redes se utilizan inapropiadamente es el anonimato. A la gente le parece fácil y hasta divertido agredir a otros, amparándose en este anonimato o en que técnicamente no pueden hacerles nada.

Así el famoso bullying ha traspasado la pantalla, llegando al ciberespacio. Este término es *una palabra que proviene del vocablo holandés que significa acoso, y*

¹⁰² *Ibíd.*, p-90.

¹⁰³ *Ibíd.*, p-91.

¹⁰⁴ **TOMEIO**, Fernando. op. Cit. p- 58.

*cualquier forma de maltrato psicológico, verbal o físico producido entre escolares de forma reiterada a lo largo de un tiempo determinado*¹⁰⁵.

Aunque no lleva a cabo únicamente en las escuelas, ahora es posible notarlo en Internet, convirtiéndose en una nueva modalidad llamada *ciberbullyng*, es decir, *el acoso a través de Internet específicamente en páginas web, blogs o correos electrónicos*¹⁰⁶.

Aunado a esto, está el ciberterrorismo, que *es la correlación entre el terrorismo y el ciberespacio que en conjunto, utilizando las ventajas y capacidades del terrorismo físico y con base en fallas y vulnerabilidades tecnológicas, logra intimidar o presionar a un Estado y a sus ciudadanos. El ciberterrorismo es sencillamente una variante del terrorismo tradicional que tiene un instrumento de comisión diferente: los medios informáticos, electrónicos y de telecomunicaciones*¹⁰⁷.

Otro de los malos usos de Internet y las redes sociales es que la suplantación de identidad, que *es la mera apropiación de los derechos y facultades propias de la persona suplantada, como es la cuenta de Facebook o Twitter (en el caso de las redes sociales), pero desde que el que suplanta comienza a realizar actos haciendo entender que actúa como si realmente fuese propietario de esos derechos y facultades que le corresponden al suplantado, comienza concurrir en un delito de usurpación de identidad*¹⁰⁸.

¹⁰⁵ **PORTAL OFICIAL DEL GOBIERNO DEL ESTADO DE GUERRERO.** *¿Qué es el Bullying o Acoso Escolar?*. [Consulta: 17 de octubre de 2015, 11:42 p.m.]. <http://guerrero.gob.mx/articulos/que-es-el-bullying-o-acoso-escolar/>

¹⁰⁶ **PORTAL OFICIAL DEL GOBIERNO DEL ESTADO DE GUERRERO.** *¿Qué es el Bullying o Acoso Escolar?*. [Consulta: 17 de octubre de 2015, 11:45 p.m.]. <http://guerrero.gob.mx/articulos/que-es-el-bullying-o-acoso-escolar/>

¹⁰⁷ **REVISTA VÉRTIGO ONLINE.** *“Ciberterrorismo: una amenaza real”*. Arturo Moncada. [Consulta: 17 de octubre de 2015, 11:55 p.m.] <http://www.vertigopolitico.com/articulo/8732/Ciberterrorismo-una-amenaza-real>

¹⁰⁸ **PORTAL DELITOS INFORMÁTICOS.** *“Suplantación y usurpación de identidad en las Redes sociales”*. Ignacio Ruiz-Larrea Tesorero. [Consulta: 18 de octubre de 2015, 12:06 a.m.] <http://www.delitosinformaticos.com/04/2013/delitos/suplantacion-usurpacion-de-identidad/suplantacion-y-usurpacion-de-identidad-en-las-redes-sociales>

Además las redes sociales permiten a todas las personas crear cuentas con los nombres que deseen, y en ocasiones, se autodenominan como perfiles oficiales de artistas, empresas, instituciones, etc. Y es difícil lograr identificar cuáles son los verdaderos.

De igual manera, se puede mencionar el “grooming”, que es *un nuevo tipo de problema relativo a la seguridad de los menores en Internet, consistente en acciones deliberadas por parte de un adulto de cara a establecer lazos de amistad con un niño o niña en Internet, con el objetivo de obtener una satisfacción sexual mediante imágenes eróticas o pornográficas del menor o incluso como preparación para un encuentro sexual*¹⁰⁹.

Este punto pone en alerta respecto a la situación de la seguridad (o falta de ella) que existe en Internet, ya que el “grooming” se ha vuelto un problema preocupante. Actualmente los niños y adolescentes pasan gran parte de su tiempo en las redes sociales, por lo que los padres deben estar pendientes del contenido que observan y de las personas con quienes tienen contacto.

En Internet, y específicamente en las redes sociales, hay mucha libertad para expresarse, brinda un sinfín de recursos, sin embargo, no siempre se hace de la manera correcta, y se corre el riesgo de ser víctima de estos malos usos. Lo importante es ser cuidadoso con la información que se maneja en estas plataformas, así como con los usuarios con quienes se interactúa.

Entendidos sus usos, tanto positivos como negativos, ahora se deben conocer las características de las principales redes sociales en la actualidad, temas que se tratan en el siguiente punto.

¹⁰⁹ **MUY INTERESANTE ONLINE.** “¿Qué es el “grooming”?”. Javier Flores. [Consulta: 18 de octubre de 2015, 12:35 a.m.] <http://www.muymuyinteresante.es/curiosidades/preguntas-respuestas/ique-es-el-grooming>

2.5 Principales redes sociales

En este apartado se brinda una breve historia y descripción de las principales redes sociales utilizadas actualmente, como Facebook, Twitter, Whatsapp y YouTube.

Facebook

Facebook es la red de las redes, el Rey de Redes, la red más grande del mundo, que cambia para siempre el modo de relacionarnos y entretenernos¹¹⁰.

Su fundador es Mark Zuckerberg, quien *fue estudiante de la Universidad de Harvard, y en 2002, creó un programa informático que era capaz de predecir los gustos musicales de los usuarios, basándose en las canciones que habían sido reproducidas por ellos con anterioridad, y que permitía a los usuarios bajar ese programa de forma gratuita¹¹¹*. Seguramente desde esos tiempos, se fue generando la idea de esta red social, sin pensar en el gran crecimiento que tendría.

Finalmente en 2004, creó Facebook *con el propósito inicial de que los estudiantes universitarios pudieran crear y mantener lazos sociales relevantes para su experiencia universitaria¹¹²*. Sin embargo, como se ha podido observar, dio un paso más allá de los estudiantes para llegar a todas las personas, sin importar edad, sexo, educación, gustos, etc.

Esta red social podría considerarse la más popular y la más usada del mundo, ya que es difícil encontrar a alguien que no tenga un perfil en Facebook, aunque en muchas ocasiones no conozcan bien su funcionamiento, pero es tal su importancia que las personas no quieren quedarse fuera.

¹¹⁰ LLAVINA, Xantal. *Facebook: Mejore sus relaciones conociendo la red social que conecta el mundo*. Profit Editores, España, 2011, p-37.

¹¹¹ *Ibíd.*, p-38

¹¹² CARBALLAR, José Antonio. *Internet: El libro del navegante. op. Cit.* p-74.

Es más que una red gratuita, se trata de *un fenómeno social, del cual muy poca gente puede abstraerse, aún sin comprender exactamente cuál es su utilidad, [...] es un simulador de la sociedad*¹¹³.

Y esto se demuestra en un estudio realizado por la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI) en 2014, en el que se ve que un 99.3% de los encuestados está registrado en alguna red social, de los cuales un 98.3% tiene una cuenta en Facebook¹¹⁴. Lo que habla de la relevancia que tiene esta plataforma para las personas.

Además esta plataforma *tiene un mayor nivel de participación de mujeres. La edad que predomina es de los 18 a los 29 años, seguida de los 30 a 49. El nivel de estudios de la mayor parte de los usuarios es de secundaria*¹¹⁵.

*Facebook es una red social de ocio y pasatiempo, pero también ha tenido una influencia a nivel colectivo en la creación de grupos que han provocado revoluciones sociales en diferentes países del mundo*¹¹⁶.

Pero ¿qué hace tan especial a Facebook? A los usuarios les brinda la oportunidad de contactar a sus antiguos amigos y de conocer a nuevas personas. También pueden contar sus experiencias, usar los juegos disponibles, compartir contenido como fotos, videos, comentarios, ya sea en sus propios perfiles o en el de sus contactos, mientras que ellos pueden ver lo que otros ofrecen. Les permite estar al día con las noticias en tiempo real, tanto de sus amigos como de lo que sucede en

¹¹³ **FAERMAN**, Juan. *Faceboom: el nuevo fenómeno de masas Facebook*. Editorial Alienta, España, 2010, p-18

¹¹⁴ **ASOCIACIÓN MEXICANA DE INTERNET (AMIPCI)**. “3° Estudio de Marketing Digital y Social Media 2014”. Formato PDF. [Consulta: 18 de octubre de 2015, 4:48 p.m.]. https://amipci.org.mx/images/Estudio_Marketing_2014.pdf

¹¹⁵ **MERCA 2.0 ONLINE**. “¿Cuál es la edad que predomina en las principales redes sociales?”. Alexandra Domínguez. [Consulta: 18 de octubre de 2015, 6:09 p.m.]. <http://www.merca20.com/cual-es-la-edad-que-predomina-en-las-principales-redes-sociales/>

¹¹⁶ **LLAVINA**, Xantal. *op. Cit.* p-38.

el mundo, y además tienen a la mano la información de las empresas de su interés, todo en un solo lugar.

Esta lista de beneficios no se queda ahí. Facebook *crece cada día que pasa, tanto como negocio en publicidad como socialmente*¹¹⁷. Así las empresas también se han visto beneficiadas, a pesar de que esta red social es considerada principalmente como un canal de comunicación y no de ventas. Sin embargo, debido a su impacto sobre las personas, las compañías no pudieron quedarse atrás y migraron sus estrategias de negocio a las redes sociales.

Actualmente es muy común ver en los perfiles de Facebook distintos anuncios publicitarios. *Es la nueva fuente para generar el gran negocio e ingresos: la publicidad online personalizada según los gustos específicos de los usuarios*¹¹⁸.

Así como la gente tiene acceso a los datos de sus productos y servicios favoritos, las compañías encuentran en Facebook un espacio para la investigación de mercado, sin ir lejos, con toda la información disponible, directa de los mismos usuarios, y sin costos extra. *También hay que entender que, además de posibles clientes, una red social puede hacer que la comunicación sea con futuros socios, colaboradores, empleados, proveedores, etc., y con los propios empleados, pues el uso de redes sociales dentro de la empresa puede mejorar en todas sus actividades*¹¹⁹.

De igual manera, *Facebook traspasa todas las fronteras: de lugar, raciales, religiosas, culturales, de lenguaje, de edad y de sexo. Sus usuarios se conectan con otros y así sucesivamente, convirtiéndose en una red de infinitos sentidos y posibilidades*¹²⁰.

¹¹⁷ *Ibíd.* p-41.

¹¹⁸ *Ibíd.* p-43.

¹¹⁹ **RODRÍGUEZ**, Bravo y Troncoso. *Facebook: aplicaciones profesionales y de empresa*. Ediciones Anaya Multimedia, España, 2010, p-50.

¹²⁰ *Ibíd.* p-58.

Conociendo más sobre Facebook

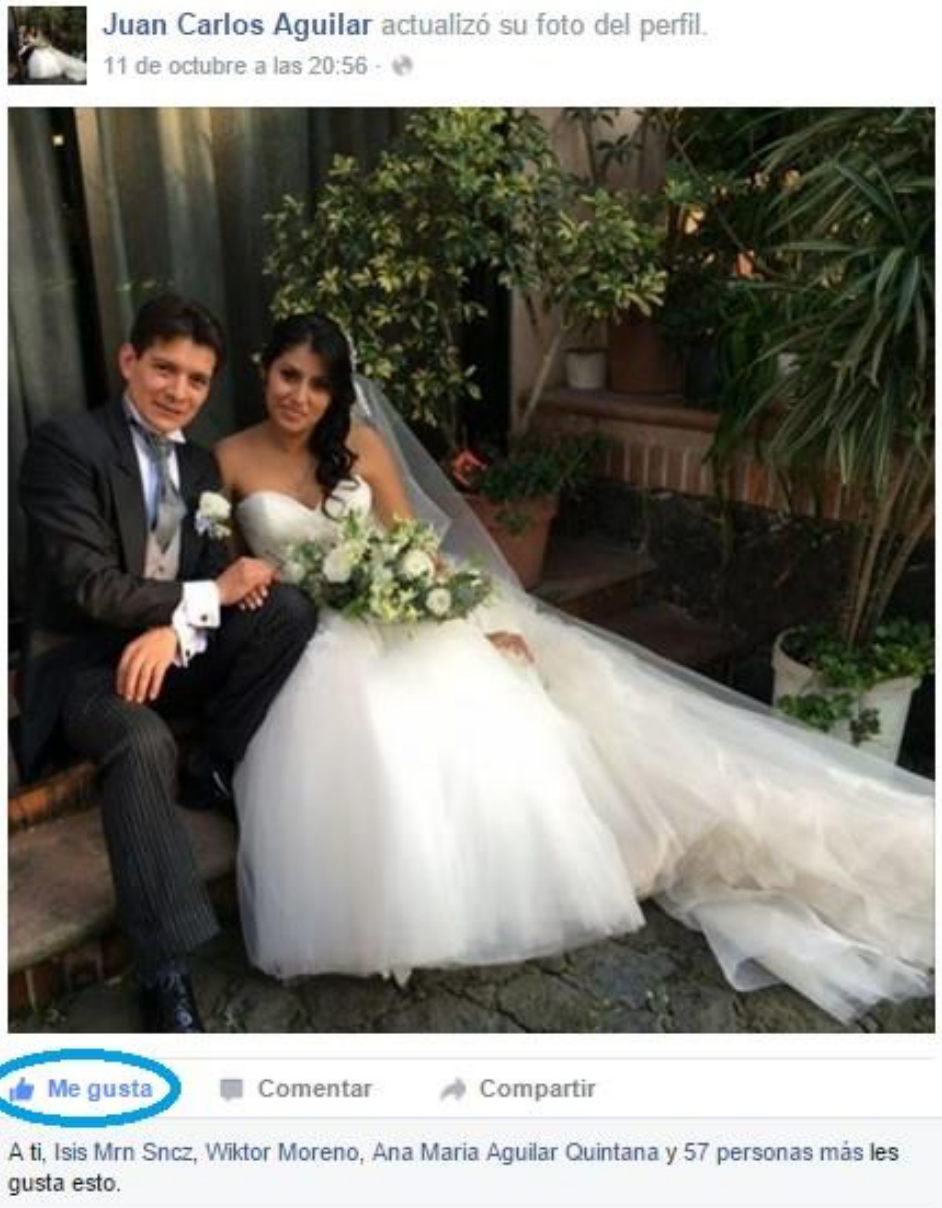
Muchas veces la gente aprende a utilizar algún dispositivo o las redes sociales sin entender realmente en qué consiste y cuáles son sus herramientas esenciales. Aquí se explican algunos términos comunes empleados en Facebook:

- Post: Se trata de las publicaciones hechas por los usuarios en esta red social, y que se comparten ya sea en el muro propio, en el de amigos o en las páginas de las compañías.
- Muro: *Espacio donde se permite escribir mensajes públicos que pueden ver los amigos. Se pueden colgar imágenes, webs de información o videos*¹²¹. Es decir, aquí en donde aparecen todas las publicaciones de los amigos y las propias, y se va actualizando en tiempo real, conforme se genera más contenido.
- Perfil personal: También se le conoce como biografía, y es donde los usuarios comparten su contenido y reciben las publicaciones de otros. Estos perfiles pueden configurarse para ser privados y elegir específicamente con quien se comparten los posts. Además tienen un límite de contactos.
- Página (fanpage): Se trata del perfil empresarial que crean las compañías para hacer promoción de sus productos en Facebook y mantener contacto con sus fans. *A una fanpage se le debe dar una personalidad propia, que la distinga de otras, por lo que debe manejar siempre en el mismo estilo, aunque sean varias personas quienes la manejen*¹²². Estas páginas son públicas y visibles para todos, y no tienen límite de seguidores.

¹²¹ LLAVINA, Xantal. *op. Cit.* p-53.

¹²² MERCA 2.0 ONLINE. "3 formas de generar más interacción en una fanpage de Facebook". Mesa editorial Merca2.0. [Consulta: 18 de octubre de 2015, 6:16 p.m.]. <http://www.merca20.com/3-formas-de-generar-mas-interaccion-en-una-fanpage-de-facebook/>

- Botón Me gusta: Este botón aparece en todas las publicaciones de Facebook, ya sea personales o empresariales, y *permite que los usuarios expresen su beneplácito hacia compañías, organizaciones, artículos o ideas con un solo clic*¹²³. Con él, las personas pueden indicar que les gusta una foto, un comentario, un video, o cualquier contenido publicado.



¹²³ **KERPEN**, Dave. *Me gusta: conseguir el éxito en las redes sociales*. Ediciones Anaya Multimedia, España, 2012, p-22.

Indudablemente, esta red social representa un sinfín de oportunidades de comunicación, interacción y negocio, no por nada tanto empresas como personas han decidido utilizarla y hacerla parte de sus vidas.

Twitter

Twitter es una red que está pensada para que sus usuarios creen contenidos de interés y los compartan¹²⁴, es un servicio que permite compartir pensamientos, información, enlaces, etc., con cualquier usuarios web, así como comunicarse directamente, de forma privada o pública, con otros usuarios¹²⁵. Esta plataforma ha tomado fuerza en los últimos años y sin duda le ha dado batalla a Facebook.

La idea de este servicio la propuso Jack Dorsey. Aunque originalmente le puso al proyecto el nombre de Status, posteriormente probó varios nombres hasta que llegó al de "Twtr", quizás inspirándose en Flickr (un servicio de Internet de intercambio de fotografías). En julio de 2006, Jack Dorsey, Biz Stone y Evan Williams crearon la empresa Twitter, Inc., para explotar el nuevo servicio y poder conseguir inversionistas. Consiguieron 35 millones de dólares y el servicio se lanzó al mercado en octubre de ese mismo año. Rápidamente empezó a ganar adeptos, lo que le abrió las puertas para conseguir otros 20 millones de inversión antes de finales de 2007, lo que les permitió afrontar con fuerza su etapa de crecimiento¹²⁶.

Pero esta red social tiene una característica peculiar, ya que *las bases del modelo comunicativo de Twitter son la sencillez, la movilidad en la producción y el consumo de mensajes¹²⁷*. Así, su gran particularidad es que sólo permite hacer publicaciones de máximo 140 caracteres, lo que en ocasiones dificulta expresarse ampliamente. Sin embargo, cumple con su objetivo, comunicarse de manera rápida y simple.

¹²⁴ **CARBALLAR**, José Antonio. *Twitter. Marketing personal y profesional*. Alfaomega, México, 2011, p-8.

¹²⁵ *Ibíd.*, p-4

¹²⁶ *Ibíd.*, p-7

¹²⁷ **ORIHUELA**, José Luis. *op. Cit.* p-27.

Pero ¿para qué sirve Twitter? Sus funciones básicas son mantener el contacto frecuente con los contactos, al igual que en Facebook y que prácticamente todas las redes sociales, ya que se busca tener detalles de la vida de los amigos, estar al tanto de lo que sucede con ellos.

También permite compartir experiencias del día a día, así como opiniones sobre diversos temas. Ayuda a los usuarios a estar actualizados e informados al momento, ya que las noticias fluyen en tiempo real. Además representa un canal de negocios, haciendo que la dinámica entre usuarios y empresas cambie. *Twitter es un mercado virtual, un lugar en el que los consumidores dialogan entre sí y con las marcas, un canal de atención al cliente y una gran plataforma de marketing*¹²⁸.

En el estudio anteriormente mencionado sobre Marketing Digital y Social Media se indica que un 92% de los encuestados tiene una cuenta en Twitter¹²⁹, lo que vuelve a esta red social una de las más importantes en México.

*Las mujeres son las que usan más esta red social. La edad de la mayor parte de sus usuarios es de 18 a 29 años. El nivel de estudio dominante es de universidad, seguido de maestría y/o doctorado*¹³⁰. Este punto deja entrever la diferencia que existe entre el público de Facebook y el de Twitter, ya que técnicamente son para lo mismo, sin embargo, la primera se caracteriza por servir más para el ocio, para pasar el tiempo, mientras que la segunda tiene la cualidad de ser un poco más crítica y buscar mayor reflexión y profundidad en sus publicaciones.

Esta red social también cuenta con su propia terminología:

¹²⁸ *Ibíd.* p-37

¹²⁹ **ASOCIACIÓN MEXICANA DE INTERNET (AMIPCI)**. “3° Estudio de Marketing Digital y Social Media 2014”. Formato PDF. [Consulta: 18 de octubre de 2015, 9:14 p.m.]. https://amipci.org.mx/images/Estudio_Marketing_2014.pdf

¹³⁰ **MERCA 2.0 ONLINE**. “¿Cuál es la edad que predomina en las principales redes sociales?”. Alexandra Domínguez. [Consulta: 18 de octubre de 2015, 9:17 p.m.]. <http://www.merca20.com/cual-es-la-edad-que-predomina-en-las-principales-redes-sociales/>

- Tweets: Son los *mensajes publicados por un usuario y por las personas a las que sigue, y que se muestran en su cronología, denominada "timeline"*¹³¹. Estas publicaciones permiten un máximo de 140 caracteres, incluyendo texto e imágenes.
- Retweet (RT): *Reenvío de un mensaje*¹³². Es la acción de copiar un tweet de algún usuario y pegarlo en el propio perfil, haciendo mención de la persona que lo publicó primero.



- Followers: *Se trata de los seguidores, que son los usuarios que han decidido suscribirse a la lectura de todos los mensajes que publica un determinado usuario*¹³³.

¹³¹ GÓMEZ, Álvaro, y Otero, Carlos. *Redes sociales en la empresa. la revolución e impacto a nivel empresarial y profesional*. Ediciones de la U, España, 2013, p-31.

¹³² ORIHUELA, José Luis. *op. Cit.* p-34.

¹³³ GÓMEZ, Álvaro, y Otero, Carlos. *op. Cit.* p-31.

- Following: *De manera recíproca, las personas a las que sigue un determinado usuario (following) son aquellos otros usuarios de Twitter de los que se van a leer los tweets que publiquen. El usuario los puede organizar creando listas personalizadas para facilitar el seguimiento de sus tweets*¹³⁴. Es decir, son aquellos que escriben textos para que otros usuarios los lean.

*Lo normal es que un mismo usuario haga las veces de seguidor y de seguido simultáneamente, aunque posiblemente, no con la misma intensidad*¹³⁵.

- Hashtags: *Palabras claves que, precedidas del signo #, sirven para identificar un tema, tendencia o asunto tratado en un mensaje*¹³⁶. También se les conocen como etiquetas, y son herramientas que ayudan a marcar contenido, además de facilitar la navegación, ya que el # convierte el mensaje en un vínculo de búsqueda, es decir, al darle clic, envía a las conversaciones que manejan la misma etiqueta, dándole seguimiento a un tema específico.



¹³⁴ *Ídem.*

¹³⁵ **CARBALLAR**, José Antonio. *Twitter. Marketing personal y profesional. op. Cit.* p-9.

¹³⁶ **ORIHUELA**, José Luis. *op. Cit.* p-34.

- Timeline: Es el *conjunto de mensajes ordenados por cronología inversa*¹³⁷. Es equivalente al muro de Facebook, y se puede ver todo lo que los demás contactos publican en tiempo real.

- Mention: Es cuando se hace una *referencia en un mensaje a otro usuario, utilizando el esquema @usuario*¹³⁸. Como su nombre lo dice, se usa para mencionar a otras personas en los tweets, y que éstas estén enteradas.



Ernest Vail @ernestvail · 21 sept

Un libro de @surplusera publicado en @EdSextoPiso. En una colaboración para @bunkerpop. cort.as/XOID



- Reply: Se trata de la *respuesta generada a partir de un mensaje mediante la orden correspondiente*¹³⁹. Se maneja como si se hiciera una mención, pero se contesta directamente en el tweet del otro usuario, para que éste sepa que tiene una respuesta a su publicación.

¹³⁷ ORIHUELA, José Luis. *op. Cit.* p-34.

¹³⁸ *Ídem.*

¹³⁹ *Ídem.*

- Trending topic (TT): Se trata de temas que crean tendencias, moda, y que generan eco en Twitter, logrando que algunos términos destaquen entre los demás en un determinado momento. La mayoría se maneja como hashtag, ya que son precedidos por el símbolo de #, pero con mucha mayor relevancia. Incluso hay un cuadro a la izquierda del timeline donde se enlistan las tendencias.

Tendencias · Cambiar

- #MasterChefChile2
- Boca
- Colts
- #NoTeRajes
- Edelman
- #DomingoDeGanarSeguidores
- Adele
- #ElPresidenteEnTwitterEsMacri
- Orión
- #AlbertVsPablo

Twitter más que una red de información, como se autodefine por razones estratégicas para diferenciarse, es propiamente una red social asimétrica, en la que cada usuario define el contenido que recibe en función de las comunidades que establece. [...] En Twitter, la comunidad es el mensaje¹⁴⁰.

Sin duda, esta plataforma tiene una gran relevancia y se ha vuelto imprescindible en la vida actual, pero la calidad del contenido siempre será responsabilidad de los usuarios. Así que lo más importante es elegir adecuadamente a quienes seguir para sacarle provecho al máximo, puesto que cada día se convierte, junto con Facebook, en una de las principales formas de comunicación e información.

¹⁴⁰ *Ídem.*

Whatsapp

Técnicamente Whatsapp no es una red social, pero sí es una plataforma digital, y una que ha cobrado mucha importancia en los últimos tiempos y que utiliza en gran medida la escritura, por lo que es posible encontrar múltiples ejemplos de la transformación de la misma, y como resultado, se considera relevante para esta investigación.

Se trata de una aplicación que ofrece un servicio de mensajería instantánea, y cuenta con más de 900 millones de usuarios activos al mes. El número es importante si se compara con Facebook Messenger que tiene 700 millones o con Twitter que apenas superó los 300 millones¹⁴¹. Lo que muestra el impacto que ha tenido en los usuarios, pues representa una forma rápida y sencilla de comunicarse con sus contactos, de enviar videos e imágenes, así como de crear grupos que tengan algún fin común, y últimamente están disponibles las llamadas, pero con cierta deficiencia que se debe mejorar.

Pero poco se sabe sobre sus inicios, ya que el boom de Whatsapp fue veloz y sorpresivo. Conocida oficialmente como *WhatsApp Messenger Inc*, es una startup fundada en el corazón de Mountain View por Jan Koum y Brian Acton en 2009, ambos trabajaron previamente en Yahoo. *WhatsApp*, es un juego de palabras de la frase “*What’s up*”, muy extendida en el idioma anglosajón que viene a significar “*Qué pasa*”. La aplicación es un software de mensajería instantánea para teléfonos inteligentes, además del envío de texto, permite la transmisión de imágenes, vídeo y audio, así como la localización del usuario siempre y cuando se tenga conexión y *gps*¹⁴².

¹⁴¹ **MERCA 2.0 ONLINE.** “*WhatsApp supera los 900 millones de usuarios activos*”. Oswaldo Olivas. [Consulta: 18 de octubre de 2015, 10:20 p.m.]. <http://www.merca20.com/whatsapp-supera-los-900-millones-de-usuarios-activos/>

¹⁴² **PORTAL WEB ADICTOS.** “*Breve Historia del WhatsApp*”. Ernesto Castrejón. [Consulta: 18 de octubre de 2015, 10:34 p.m.]. http://webadictos.com/2013/06/16/breve-historia-del-whatsapp/?wa_count=1

A pesar de tener competencia fuerte como Line, Viber, Blackberry Messenger e incluyendo la mensajería de Facebook y Twitter, esta plataforma se ha mantenido y ha logrado gran éxito entre los usuarios.

La clave de que el servicio triunfara fue gracias a Koum, que tuvo la genial idea de que los usuarios pudieran ver si la otra persona estaba o no conectada, las actualizaciones de estado y el popular doble check¹⁴³, que permite saber si la otra persona ya recibió y leyó el mensaje.

Así esta plataforma siguió creciendo a pasos agigantados, *las redes sociales se vieron afectadas y el miedo se empezó a extender cuando en 2013 la aplicación ya contaba con 400 millones de usuarios. Ante el temor de perder usuarios, Facebook fue el primero en dar el paso y compró WhatsApp por 21.000 millones de dólares en febrero de 2014¹⁴⁴.* Una acción que dejó ver el potencial que tiene Whatsapp.

A pesar del éxito que tienen Facebook y Twitter, hay personas que dicen estar aburridas y que valoran su privacidad, por lo que consideran Whatsapp como su plataforma favorita.

Aquí surge la pregunta ¿Es mejor Whatsapp que las otras redes sociales? Muchos usuarios la prefieren porque es más directo y personal, y no es necesario ventilar la vida privada con todos los amigos. Otros consideran que *es inevitable pasar mucho tiempo interactuando en redes sociales y han descubierto que ya no quieren entregar parte de su vida a las redes¹⁴⁵*, por lo que deciden cerrar sus cuentas y quedarse con una opción más práctica y con menos distracciones. Aunque esto es

¹⁴³ **PORTAL GOOGLELIZADOS.** “Historia de WhatsApp: origen, evolución y logros”. Miguel García. [Consulta: 18 de octubre de 2015, 10:42 p.m.]. <http://googlelizados.com/historia-de-whatsapp-origen-evolucion-y-logros>

¹⁴⁴ **PORTAL GOOGLELIZADOS.** “Historia de WhatsApp: origen, evolución y logros”. Miguel García. [Consulta: 18 de octubre de 2015, 10:45 p.m.]. <http://googlelizados.com/historia-de-whatsapp-origen-evolucion-y-logros>

¹⁴⁵ **MERCA 2.0 ONLINE.** “4 razones para abandonar las redes sociales y quedarse con Whatsapp”. Giorgio Bolfino. [Consulta: 18 de octubre de 2015, 10:56 p.m.]. <http://www.merca20.com/razones-para-abandonar-las-redes-sociales-y-quedarse-con-whatsapp/>

subjetivo, si bien no existen tantas publicaciones, es fácil perderse en conversaciones con los contactos. Al final, es cuestión de priorizar y saber en qué se quiere pasar el tiempo.

Vinculado con lo anterior, la facilidad con que las personas se comunican a través de redes sociales a veces da la impresión de que son la única forma verdadera de mantener los lazos, entonces se comienza a perder la motivación para traspasar el umbral de la vida virtual y retomar la vida real. Aquí no hay diferencia, sucede lo mismo con Whatsapp¹⁴⁶.

Esta aplicación es muy sencilla en su estructura, consta de tres pestañas, en la primera de izquierda a derecha están las llamadas, en la segunda se ven las conversiones que se han creado hasta ese momento, y en la última, los estados de cada uno de los contactos que tienen registrado el usuario. No necesita de demasiadas complicaciones para ser efectiva y cumplir con su objetivo de mantener en contacto a las personas de una manera rápida, directa y personal.

Una característica de esta plataforma, que puede generarle ventajas respecto a las demás, es que no muestra anuncios publicitarios, lo que representa un respiro para los usuarios que cada día son bombardeados con publicidad tanto dentro como fuera de Internet. No tiene mayores distracciones y se usa únicamente para lo que fue creada.

Podría parecer que Whatsapp no representa competencia para las otras plataformas, pero lo cierto es que ha logrado desbancar a los SMS (mensajes de texto) y ha puesto a temblar a las demás redes sociales, incrementando su dominio.

Además se ha convertido en el sistema principal de comunicación instantánea entre los jóvenes. [...] Será un año después, en 2012, cuando este sistema empieza a

¹⁴⁶ **MERCA 2.0 ONLINE.** “4 razones para abandonar las redes sociales y quedarse con Whatsapp”. Giorgio Bolfino. [Consulta: 18 de octubre de 2015, 11:00 p.m.]. <http://www.merca20.com/razones-para-abandonar-las-redes-sociales-y-quedarse-con-whatsapp/>

*adoptarse entre los jóvenes universitarios y ya hablan de WhatsApp con total propiedad, destacando las ventajas de la comunicación móvil e instantánea frente a la que proporcionan las redes sociales.*¹⁴⁷.

Sin embargo, los jóvenes están conscientes de los cambios que se han tenido gracias a la tecnología, ya que la generación de Millennials ha formado parte de esta transformación. Pero se ha dejado llevar por ella, a pesar de *destacar las ventajas y comodidades que suponen el uso de las herramientas tecnológicas para la comunicación personal, pero también perciben las pérdidas que conlleva este tipo de comunicación frente a la presencial, cara a cara, que sigue siendo el modelo de las relaciones “auténticas”, aquellas capaces de transmitir emociones. La comunicación mediada por la tecnología es más “impersonal” y susceptible de malentendidos, opinan.*

*Los jóvenes justifican que, ya sea por comodidad, por falta de tiempo o por problemas de timidez, se comunican más por WhatsApp que cara a cara, si bien cuando se trata de asuntos importantes y personales, la comunicación presencial es indispensable*¹⁴⁸.

El punto es que esta aplicación es cada vez más usada, y para seguir con la mejora, se habilitó el servicio para ser usado desde la computadora. Así continúa creciendo y posicionándose entre los favoritos de los usuarios.

¹⁴⁷ **ICONO 14 ONLINE.** “El Fenómeno WhatsApp en el Contexto de la Comunicación Personal: una Aproximación a través de los Jóvenes Universitarios”. Formato PDF. Juana Rubio Romero. [Consulta: 18 de octubre de 2015, 11:07 p.m.].

<http://www.icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/view/818/526>

¹⁴⁸ **ICONO 14 ONLINE.** “El Fenómeno WhatsApp en el Contexto de la Comunicación Personal: una Aproximación a través de los Jóvenes Universitarios”. Formato PDF. Juana Rubio Romero. [Consulta: 18 de octubre de 2015, 11:19 p.m.].

<http://www.icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/view/818/526>

YouTube

YouTube es una plataforma que *permite a los usuarios subir, bajar, ver y compartir videos de todo tipo*¹⁴⁹. Si bien no es una red social en la que predomine lo escrito, es una de las plataformas digitales más importantes y relevantes, por lo que es imprescindible mencionarla en esta investigación.

*Este espacio fue fundado en febrero de 2005 por 3 exempleados del sistema de pago electrónico Paypal (Chad Hurley, Steve Chen y Jawed Karim). Ellos idearon el concepto de depósito de videos para que cualquier persona pudiera enviar y compartir algún video, sin tener que anexarlo a su correo electrónico. En octubre de 2006 Google adquirió a YouTube por 1,650 millones de dólares*¹⁵⁰.

Se trata de una plataforma muy fácil de usar y en la que es posible encontrar una gran cantidad de videos, de cualquier tema. Además es muy popular, ya que en el estudio mencionado con anterioridad, un *80.3% de los encuestados está inscrito en esta red social*¹⁵¹.

Aunque ha sido invadida por los anuncios publicitarios, lo que llega a ser molesto para los usuarios, pero para las empresas, YouTube representa una estrategia efectiva y económica, ya que *el 57 por ciento de las agencias asegura que los anuncios de video digital son igual o más eficaces que los de la TV*¹⁵².

El incremento en la popularidad de YouTube es notorio. Cada día se suben más videos y los usuarios se suscriben a algún canal, por lo que las *marcas están dedicando esfuerzos a crear contenido especialmente para esta plataforma, y la*

¹⁴⁹ **BUSTAMANTE**, Enrique. *op. Cit.* p-66.

¹⁵⁰ *Ídem.*

¹⁵¹ **ASOCIACIÓN MEXICANA DE INTERNET (AMIPCI)**. “3° Estudio de Marketing Digital y Social Media 2014”. Formato PDF. [Consulta: 19 de octubre de 2015, 1:14 a.m.]. https://amipci.org.mx/images/Estudio_Marketing_2014.pdf

¹⁵² **MERCA 2.0 ONLINE**. “Para los Publicistas, los Videos en YouTube son Más Eficaces que en TV”. Pablo Petovel. [Consulta: 19 de octubre de 2015, 12:29 a.m.]. <http://www.merca20.com/para-los-publicistas-los-videos-en-YouTube-son-mas-eficaces-que-en-tv/>

*inversión en video se ha incrementado en un 60 por ciento, si se compara 2014 con el año anterior.*¹⁵³.

Sin duda alguna, representa una excelente forma de hacer que *los usuarios interactúen con los productos, ya que facilita la introducción de comentarios sobre el contenido de los videos, y también ofrece la opción de compartir el canal con otros usuarios interesados en la misma temática*¹⁵⁴. Así las empresas aprovechan la popularidad de esta plataforma y de su extraordinario crecimiento, ya que *el gigante de los vídeos en línea alcanzó en el año 2012 los ochocientos millones de usuarios únicos por mes, quienes reproducen más de tres mil millones de horas de video y suben una hoja de video a la plataforma por segundo. Estas cifras no dejan lugar a mayores comentarios*¹⁵⁵.

A pesar de tener competencia, incluyendo a Facebook, esta plataforma sigue siendo la consentida y la más usada por los usuarios, pues les ofrece miles de videos y canales temáticos específicos como cocina, películas, deportes, marketing, belleza, salud, música, etc. Y le ha brindado a muchos artistas y cantantes principalmente, la oportunidad de darse a conocer de manera rápida y gratuita, y en algunos casos, han sido alcances impresionantes, como los obtenidos por Justin Bieber, los Vazquez Sounds, PSY y su famoso “Gangnam Style”, así como Charice, quien poco después de lanzar su video logró salir en la popular serie “Glee”, entre muchos otros ejemplos, que muestran la gran trascendencia que puede llegar a tener esta red.

En YouTube se puede localizar cualquier video por medio de etiquetas (títulos y descripciones que los usuarios ponen a cada video para su posterior

¹⁵³ **MERCA 2.0 ONLINE**. “Inversión Publicitaria de las Grandes Marcas Aumenta un 60% en YouTube”. Valeria Murgich. [Consulta: 19 de octubre de 2015, 12:35 a.m.].

<http://www.merca20.com/inversion-publicitaria-de-las-grandes-marcas-aumenta-un-60-en-YouTube/>

¹⁵⁴ **RODRÍGUEZ**, Bravo y Troncoso. *op. Cit.* p-227.

¹⁵⁵ **TOMEIO**, Fernando. *op. Cit.* p-56.

clasificación)¹⁵⁶. En estas partes en donde se puede analizar los cambios en el lenguaje escrito.

Sin embargo, no todos están de acuerdo con esta plataforma, porque le ha restado importancia a programas de televisión, videos musicales y películas, ya que es más fácil y cómodo verlos en Internet cuando el usuario lo desee, sin estar sujeto a horarios.

El impacto que YouTube ha tenido en la sociedad ha sido de tal magnitud, que en noviembre de 2006 obtuvo el premio al “Invento del año” otorgado por la revista Time. Esto ha provocado que dicha herramienta se convierta en un medio de difusión de todo tipo de fenómenos, incluyendo presentaciones de lanzamientos mundiales de un gran número de productos o campaña de publicidad de grandes marcas¹⁵⁷.

Si bien esta plataforma está más limitada en la escritura y en la interacción entre los usuarios, lo compensa con la inmensa cantidad de información en video que proporciona. No por nada se ha vuelto una de las favoritas de los usuarios y continúa creciendo a pesar de la competencia.

Así se concluye la descripción de las plataformas digitales que, para esta investigación, son consideradas las más importantes y con mayor relevancia en la actualidad. Al conocer sus características y objetivos es más fácil analizar la transformación que ha tenido el lenguaje escrito dentro de las mismas, punto que se toca en el siguiente capítulo.

¹⁵⁶ **BUSTAMANTE**, Enrique. *op. Cit.* p-68.

¹⁵⁷ **RODRÍGUEZ**, Bravo y Troncoso. *op. Cit.* p-228.

CAPÍTULO III: Transformación del lenguaje escrito en las plataformas digitales.

En este capítulo se abordan más profundamente los cambios que se han generado en el lenguaje escrito por el uso continuo de las redes sociales, los cuales han llevado a una transformación importante de la escritura. Se analizan también las posibles razones de esta transformación.

De igual manera, se presentan ejemplos en donde se pueden observar algunas de estas modificaciones, lo que permitirá comprender mejor y de manera más clara la evolución del lenguaje escrito utilizado en las redes sociales.

Además se explica la importancia del uso de los emoticones, esas caritas que ayudan a las personas a expresar sus sentimientos y estados de ánimo, las cuales indudablemente han cambiado la manera de expresarse y que ahora forman parte de la nueva comunicación y el lenguaje digital.

El objetivo de este apartado es analizar los cambios que se presentan en la escritura empleada en las redes sociales, llevando a una propuesta sobre cómo aprovechar estas plataformas, sin alterar drásticamente el lenguaje escrito utilizado en ellas.

3.1 Cambios y limitaciones en el lenguaje escrito por el uso de redes sociales.

En esta parte se abordan y analizan los cambios y limitaciones que se han presentado en el lenguaje escrito utilizado por los Millennials en las redes sociales, con el fin de conocer y entender estas nuevas formas de escritura, muchas de las cuales, lejos de enriquecer el lenguaje, lo restringen.

No es raro encontrar en publicaciones ciertas abreviaturas y vocablos que van modificando y limitando el lenguaje. Por ejemplo, es frecuente hallar expresiones como ‘no lo c’, ‘xq kiero’, ‘ps si’, ‘tqm’, ‘dnd’, ‘xfa’, ‘sta bn’, etc.

Aquí surge la pregunta, ¿por qué se ha transformado el lenguaje escrito de esta manera? Como dice Dominique Wolton, “*Internet rompe y no se detiene*”. Esto pone a pensar en cómo las nuevas tecnologías han cambiado la vida de las personas, en prácticamente todos los sentidos, la educación, el trabajo, la cultura, la forma de comunicarse... *Las cosas no cambian todas las mañanas. Aparecen medios, las modas de consumo evolucionan, los comportamientos cambian*¹⁵⁸.

Así el texto escrito se ha ido acomodando al universo virtual y se ha visto afectado en dos planos:

- 1) Estilo: el estilo predominante es el informal.*
- 2) Ortografía: la norma ortográfica existente ha dejado de asumirse y se ha sustituido por un nuevo código*¹⁵⁹.

Estas modificaciones en la escritura son parte de una moda, la moda de las redes sociales. Entonces se puede entender que una de las razones de la transformación del lenguaje escrito es este interés por lo nuevo, por lo que todos usan y por la manera en que lo hacen. El impacto de estas plataformas ha llevado a que prácticamente todas las personas abran sus perfiles, ya nadie se escapa. Incluso hay quienes no saben cómo usar una red social, es más no les gusta la tecnología, pero admiten la importancia de la misma, por lo que crean sus cuentas, a pesar de no utilizarlas adecuada o constantemente, y van adquiriendo los nuevos de estilos empleados en estas plataformas.

La cuestión es si como moda, las redes sociales son algo pasajero o llegaron para quedarse. Llevan años en evolución, y cada vez más personas pertenecen a ellas,

¹⁵⁸ **WOLTON**, Dominique. *op. Cit.* p-27.

¹⁵⁹ **CERVERA**, Ángel y **HERNÁNDEZ**, Guillermo. *op. Cit.* p-482.

se encuentran ahí, ya sea de manera activa o pasiva, pero su vida está en las redes. Se requiere de un cambio radical con un impacto impresionante para poder opacarlas.

También se puede mencionar la inmediatez como característica de las plataformas digitales, lo que lleva a vivir deprisa, a escribir deprisa, sin mayor detenimiento. *La rapidez en la información estructura el mensaje. Que un texto sea leído de una ojeada, condiciona naturalmente su redacción. Se trata de textos creados en estos soportes y cuya finalidad es, principalmente, la comunicativa*¹⁶⁰.

Entonces la velocidad con que se envían mensajes o se responden publicaciones es una razón más por la que los cibernautas escriben incorrectamente o de manera diferente y con abreviaturas. Ya que lo importante es contestar rápido, no necesariamente bien.

Además es común encontrar caracteres extra o que antes se utilizaban con otros fines. Se trata de *alteraciones gráficas que tienden a crear un nuevo código de comunicación formal por lo habitual y extensión de su funcionamiento*¹⁶¹. Por ejemplo, en vez de escribir ¡Feliz Cumpleaños!, se ve ¡¡¡Feeeliiiiizzzz Cumpleee!!!, pero quizá también sea para aumentar la expresividad, el sentimiento de lo que se quiere expresar. Puesto que las redes sociales son visuales, y en su mayoría escritas, y en ocasiones esto limita la forma de comunicarse.

Algo curioso es que a pesar de que algunas redes muestran en rojo las palabras que están mal escrita, la gente lo ignora y continúa con sus mensajes sin importarles la redacción ni la ortografía.

De igual forma, está el uso del @, que normalmente *se utiliza en el correo electrónico como elemento necesario para establecer una separación entre el nombre del usuario y el del servidor*¹⁶². Pero en redes sociales tiene otros usos, el

¹⁶⁰ *Ídem.*

¹⁶¹ *Ibíd.* p-488.

¹⁶² *Ibíd.* p-489.

primero para generalizar, como *símbolo que unifica la pluralidad*¹⁶³. En otras palabras, se emplea para unificar el género femenino y masculino, por ejemplo, en vez de poner amigos y amigas, se utiliza amig@s. También se usa para hacer mención de otro usuario, así cuando se escribe @LauraBarrera en una publicación, la persona a la que se hizo referencia recibe una notificación, ya que se está hablando de ella.

Otro motivo de esta transformación es la estructura de las redes sociales. Cada una tiene características específicas, es decir, tienen una escritura particular, por lo que las personas deben adaptarse a estos soportes. Un ejemplo, Twitter permite un máximo de 140 caracteres en sus publicaciones, pero no siempre es suficiente para comunicar lo que se quiere. Sin embargo, la gente se ha adecuado a esta regla y ha aprendido a expresarse en poco espacio, lo que lleva muchas veces a modificar el lenguaje de sus mensajes.

Siguiendo con el ejemplo de Twitter, en esta plataforma están los famosos hashtags, mencionados anteriormente. Ahora es común que se usen estas herramientas en todas las publicaciones, haciendo énfasis en ciertas palabras ayudando a crear categorías temáticas.

*Esta tendencia que nació en Twitter, ahora se ha expandido a Facebook, Instagram y hasta Google. De acuerdo con un estudio realizado por Twitter, los tuits que llevan hashtags generan un 23 por ciento más de clicks que aquellos que no los llevan y pueden duplicar la cantidad de retuits*¹⁶⁴.

El uso de estos hashtags está invadiendo los contenidos de las redes sociales y ha modificado la forma en que las personas escriben. Pero antes era común encontrar estas herramientas escritas sin acentos, porque el sistema no lo permitía. Sin embargo, *Fundación del Español Urgente de BBVA (Fundeu) y Twitter España*

¹⁶³ *Ídem.*

¹⁶⁴ **MERCA 2.0 ONLINE.** "La ciencia detrás de los #Hashtags". Ana Gabriela Jiménez. [Consulta: 05 de octubre de 2015, 2:15 p.m.]. <http://www.merca20.com/la-ciencia-detras-de-los-hashtags/>

iniciaron una campaña en la red social hace unos días con el objetivo de promover el buen uso del lenguaje en Internet. La iniciativa, que se ha lanzado en Twitter con el hashtag #acentúate, pretende recordar que en las etiquetas también es aconsejable seguir las reglas generales de acentuación¹⁶⁵. Esto deja ver que aún hay personas en las redes sociales a quienes les interesa que se respeten, en la medida de lo posible, las reglas ortográficas.

“Escribir adecuadamente las palabras que figuran en las etiquetas es una muestra de respeto por la buena escritura y por quienes nos leen”, expone Joaquín Muller, director general de Fundeu. “Es casi un tópico el cuidado con el que se suele elegir la foto de perfil en las redes en un intento por dar la mejor imagen de nosotros; la idea de esta campaña y de nuestro trabajo como fundación, en relación con las redes, es poner el mismo cuidado con el uso del idioma, que es, al fin y al cabo, el vestido de nuestro pensamiento”, añade el directivo¹⁶⁶.

De igual manera, se observa el uso de términos en otros idiomas, que en generalmente tienen su equivalente en español, pero los jóvenes prefieren utilizarlos en inglés. Por ejemplo:

Tablet	Tableta
Bye	Adiós
Ok	Está bien
Laptop	Computadora portátil
Smartphone	Teléfono inteligente
LOL (Laugh out loud)	Carcajearse
Email	Correo electrónico

¹⁶⁵ **MERCA 2.0 ONLINE.** “Campaña #acentúate en Twitter para Promover el Uso de Tildes en los Hashtags”. Andrea Barragán. [Consulta: 19 de octubre de 2015, 3:37 a.m.].

<http://www.merca20.com/campana-acentuate-twitter-promover-uso-tildes-hashtags/>

¹⁶⁶ **MERCA 2.0 ONLINE.** “Campaña #acentúate en Twitter para Promover el Uso de Tildes en los Hashtags”. Andrea Barragán. [Consulta: 19 de octubre de 2015, 3:42 a.m.].

<http://www.merca20.com/campana-acentuate-twitter-promover-uso-tildes-hashtags/>

La mayoría de estas palabras ya han sido totalmente adoptadas tanto en el lenguaje oral como en el escrito, incluso algunas se escuchan extraño en español, quizá por la costumbre de utilizarlas en inglés y hacer la mezcla de idiomas.

También es común encontrar la omisión de letras en las palabras, que quizá ayudan a disminuir la cantidad de caracteres o para responder con mayor rapidez a las publicaciones. Ejemplos:

Que	q
Donde	dnd
Quien	kien
Mensaje	msj
Saludos	salu2
También	tb
Hora	hr
Porque	xq
Como	cmo
Casa	ksa
Besos	bss
Pues	ps
Tengo	tng
Espero	spro
Quedamos	qdamos
Mañana	mñn
Nunca	nunk
Verdad	vdd

Así se van formando frases modificadas como ¿a q hr qdamos? (¿a qué hora quedamos?) o ¿cmo t va? (¿cómo te va?).

O están las frases que se abrevian poniendo sólo las iniciales, tanto en inglés como en español.

Te quiero mucho	TQM
Happy Birthday	HBD
No te preocupes	npt
Mensaje corto	SMS
Que tengas un buen día	QT1BD

Dentro de estos cambios se encuentran también *las sustituciones léxicas por onomatopeyas para expresar acciones y estados de ánimo. Recurso muy cerca al lenguaje del cómic. Es habitual expresar sentimientos y sensaciones de este modo:*

Uffffff (alivio)

Zzzzzz (dormido)¹⁶⁷

Jejeje o jajaj (risa)

Estas muestras son ejemplos de cambios en la escritura, pero no necesariamente se tratan de faltas de ortografía. Se puede ver que son modificaciones al lenguaje escrito, que se adecúan a la inmediatez y al estilo que impera en las redes sociales.

Pero es posible encontrar otros modelos en los que se observa claramente problemas ortográficos, los cuales seguramente traspasan la pantalla, llegando a la vida real, como la escuela y el trabajo.

Si	Zi
Gracias	Graciaz
Las	Laz
Eso	eso

¹⁶⁷ CERVERA, Ángel y HERNÁNDEZ, Guillermo. *op. Cit.* p-493.

Se puede encontrar algunos de estos cambios en los nombres que las personas les ponen a sus perfiles:



A screenshot of a Facebook profile for a user named "Dii Beet". The profile picture shows a person wearing a black baseball cap with "PAYMENT" written on it and a green shirt. The name "Dii Beet" is displayed in large white text, with "(Khaleesi Targaryen)" in smaller text below it. Navigation tabs for "Biografía", "Información", and "Amigos" are visible, with "Amigos" showing "79 amigos en común".

Dii Beet
(Khaleesi Targaryen)

Biografía Información Amigos 79 amigos en común



A screenshot of a Facebook profile for a user named "Ezza Liiz D Florez". The profile picture shows a person with dark hair and a purple top. The name "Ezza Liiz D Florez" is displayed in large white text. Navigation tabs for "Biografía", "Información", and "Amigos" are visible, with "Amigos" showing "1 amigo en común".

Ezza Liiz D Florez

Biografía Información Amigos 1 amigo en común



A screenshot of a Facebook profile for a user named "Javiiz Flrz". The profile picture shows three people standing together. The name "Javiiz Flrz" is displayed in large white text. Navigation tabs for "Biografía", "Información", and "Amigos" are visible, with "Amigos" showing "18 amigos en común".

Javiiz Flrz

Biografía Información Amigos 18 amigos en común



Algunos de los ejemplos presentados hasta ahora fueron tomados del libro “Saber Escribir”, citado en páginas previas, y otros fueron recordados como producto de la experiencia propia dentro de las redes sociales.

Hasta aquí se trataron los cambios presentados en la escritura de las redes sociales, así como las razones de los mismos. En la parte que sigue se explica qué son los emoticones, para qué sirve y cuál es su uso, así como la importancia que han adquirido para complementar la escritura en las redes sociales.

3.2 Uso e importancia de los emoticones en las redes sociales.

En este apartado se muestra la importancia de los emoticones, para cual se requiere saber qué son y para qué sirven, además del impacto que han tenido en las plataformas digitales, puntos tratados en este tema.

Extrañamente, a pesar de que los medios digitales han provisto a las personas que nuevas formas de comunicación, es común encontrar que, al menos en el lenguaje escrito, se puede presentar cierta limitación para expresar con claridad lo que se siente y se piensa. Ya que el lenguaje digital es diferente al que se emplea frente a frente. En persona, es posible observar los gestos, las expresiones de sorpresa, felicidad, molestia, etc., así como el lenguaje corporal, que a veces dice más que las palabras. Sin embargo, cuando existe una pantalla de por medio, manifestar notoriamente el estado de ánimo es más complicado, ya que en ocasiones se

generan malentendidos cuando el receptor del mensaje no capta algún tono de broma o ironía, entre otros.

*Los jóvenes asocian la conversación virtual a escribir mensajes pero la comunicación escrita carece de los elementos reales, como gestos o movimientos que acompañan a la comunicación oral y que, señalan, son los principales encargados de transmitir emociones. Para tratar de paliar estas limitaciones se utilizan otros recursos, como emoticones, signos de puntuación o elementos multimedia, en un esfuerzo por complementar el sentido de lo que transmiten*¹⁶⁸.

En esta investigación se trata específicamente los emoticones, también conocidos como emojis, emoticonos o smileys, que se refieren al conjunto de símbolos que se componen con los caracteres del teclado (principalmente con los diferentes signos de puntuación) y que prefiguran el rostro humano. En inglés se denominan “smileys” (caritas sonrientes) porque el primero y más conocido representa un rostro sonriente son elementos muy utilizados para reflejar el componente fónico y el lenguaje no verbal en el texto escrito¹⁶⁹.

Pero actualmente ya no se limitan a caritas ni se escriben sólo con signos de puntuación. Debido a su gran impacto en las conversaciones, las plataformas digitales le han dado cada vez más importancia y han creado diversos emoticones que expresen de la manera más acertada lo que los usuarios quieren expresar.

Es interesante tener en cuenta que, en la mayoría de los casos, se utilizan para superar ambigüedades propias el discurso escrito, sobre todo, cuando no se sabe si se va a entender el tono del escrito, o para reforzar el sentido que se le quiere dar

¹⁶⁸ **ICONO 14 ONLINE**. “El Fenómeno WhatsApp en el Contexto de la Comunicación Personal: una Aproximación a través de los Jóvenes Universitarios”. Formato PDF. Juana Rubio Romero. [Consulta: 19 de octubre de 2015, 03:04 a.m.].

<http://www.icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/view/818/526>

¹⁶⁹ **CERVERA**, Ángel y **HERNÁNDEZ**, Guillermo. *op. Cit.* p-490.

*al mismo*¹⁷⁰. En otras palabras, ayudan a darle la cierta intención o tono a los textos, que se puede perder con facilidad al tener una pantalla o un dispositivo en medio.

Estos emoticones *se utilizan por lo general para completar el sentido de lo que se acaba de escribir. Agradecimiento, concordancia, afecto, humor, pueden ser expresados por medio de los variados emoticones que disponemos en todos los chats y en redes sociales*¹⁷¹.

Pero estas caritas han obtenido tanta importancia, que es difícil no encontrarlas en publicaciones de Facebook, Twitter o cualquier red social, forman parte de la cultura digital. *Los emoticonos traen los matices de la comunicación cara a cara, esas sutilezas que se pierden cuando interactuamos con una pantalla de por medio*¹⁷².

Otro punto a favor de estos emoticones es que representan un lenguaje que todas las personas pueden entender, sin necesidad de hablar un mismo idioma. *El lenguaje de los emoticonos articula sentimientos de una manera universal. Pueden transformar una frase simple*¹⁷³. Así facilitan la comunicación y el entendimiento, aunque de igual manera, deja ver que los usuarios están limitados en el espacio digital, ya que sin estos emojis no pueden expresarse tanto como quisieran.

Está demostrado que los emoticones provocan una actividad cerebral similar a la generada cuando observamos un rostro humano real. En otras palabras, estamos culturalmente condicionados para reaccionar de forma contundente ante estos

¹⁷⁰ *Ídem.*

¹⁷¹ **MERCA 2.0 ONLINE.** “Emoticones, puntuación y diferencias del lenguaje digital”. Mesa Editorial Merca 2.0. [Consulta: 12 de octubre de 2015, 2:21 p.m.].

<http://www.merca20.com/emoticones-puntuacion-y-diferencias-del-lenguaje-digital/>

¹⁷² **BBC ONLINE.** “:-o El sorprendente poder de los emoticones”. Chris Baraniuk. Consulta: 12 de octubre de 2015, 2:52 p.m.].

http://www.bbc.com/mundo/noticias/2014/12/141201_vert_fut_tecnologia_sorprendente_poder_em_oticonos_ig

¹⁷³ **BBC ONLINE.** “:-o El sorprendente poder de los emoticones”. Chris Baraniuk. Consulta: 12 de octubre de 2015, 2:48 p.m.].

http://www.bbc.com/mundo/noticias/2014/12/141201_vert_fut_tecnologia_sorprendente_poder_em_oticonos_ig

*símbolos. Realmente transmiten emociones complejas y significativas que las palabras por sí mismas no pueden*¹⁷⁴.

Lo interesante es que comenzaron sólo como la unión de signos, por ejemplo, para indicar felicidad se usaba “:)””, sorpresa “:O”, tristeza “:(“, etc. En la actualidad se han modificado y son comunes las caritas amarillas y redondas con diferentes gestos que muestran estados de ánimo. Aunque el boom de los emojis no se quedó ahí, hay miles de emoticones que representan situaciones que se viven a diario.

Por ejemplo, para cumpleaños están el pastel con velas, cajas de regalo; en navidad se puede usar el icono de un pino adornado o un santa Claus, para Halloween está una calabaza o un fantasma, para bodas está el anillo de compromiso o una novia. También están los emoticonos que complementan algún estado o publicación como de deportes, animales, comida, flores, música, edificios, viajes, banderas, y eso sólo hablando de los iconos predeterminados que traen las plataformas.

Ha sido tan fuerte el impacto de estos emoticones que se han creado aplicaciones y redes sociales especiales, en los cuales estas caritas son las protagonistas. Se puede mencionar “Emoji”, una red social que *no depende del idioma, ya que cuenta con infinidad de emoticones con los que expresarse*¹⁷⁵, así los emojis son la única forma en que los usuarios se comunican. También está “iMoji”, *una plataforma que permite transformar las fotografías del usuario en emoticones para compartir por mensaje de texto*¹⁷⁶.

¹⁷⁴ **BBC ONLINE.** “:-o El sorprendente poder de los emoticones”. Chris Baraniuk. Consulta: 12 de octubre de 2015, 2:59 p.m.]. http://www.bbc.com/mundo/noticias/2014/12/141201_vert_fut_tecnologia_sorprendente_poder_emoticonos_ig

¹⁷⁵ **MERCA 2.0 ONLINE.** “Emoji: La nueva red social donde todo se comunica con emoticones”. Valeria Murgich. [Consulta: 12 de octubre de 2015, 3:04 p.m.]. <http://www.merca20.com/emoji-la-nueva-red-social-donde-todo-se-comunica-con-emoticones/>

¹⁷⁶ **MERCA 2.0 ONLINE.** “iMoji: La nueva aplicación que transforma tus selfies en emoticones”. Salvador Vega. [Consulta: 12 de octubre de 2015, 3:10 p.m.]. <http://www.merca20.com/emoji-la-nueva-red-social-donde-todo-se-comunica-con-emoticones/>

La creación de estas nuevas aplicaciones deja ver la importancia que han obtenido los emoticones, sobre todo en los últimos años, ya que ahora son indispensables en cualquier conversación online. Aunque cabe destacar que son parte de comunicación informal, es decir, entre amigos y familia, pero no son tan comunes en cuestiones laborales, ya que la comunicación podría perder seriedad, además que quizá no resulten tan necesarias en estos ámbitos, puesto que no se expresan, al menos no tan abiertamente, sentimientos o emociones.

Pero surge la pregunta ¿limitan o amplían el lenguaje escrito? Particularmente lo complementan, ayudan a mejorar la forma en que las personas se comunican, a darle mayor expresividad a las conversaciones, ya que nunca será lo mismo que tener a la gente en frente, por lo que son indispensables en las actividades en línea. Así el uso de estos emoticones es un fragmento de la transformación de la escritura empleada en redes sociales, y han cambiado la manera en que los usuarios escriben, por lo que son parte importante de esta investigación.

En el siguiente punto se ejemplifican estas modificaciones, incluyendo los emojis, para una mejor comprensión de la transformación del lenguaje escrito utilizado en plataformas digitales.

3.3 Ejemplos de variaciones en redes sociales.

En este apartado se muestran ejemplos de cómo se ha transformado la escritura en las distintas redes sociales, los cuales han sido tomados directamente de las mismas, algunos a través de impresiones de pantallas. Estos ejemplos se obtuvieron de cada una de las redes sociales mencionadas en el capítulo anterior como Facebook, Twitter y Whatsapp.

Cabe destacar que estas muestras no sólo simbolizan las faltas de ortografía o las alteraciones que degradan al lenguaje escrito, sino que algunos ejemplos constituyen la forma en que se ha transformado la escritura, sin llegar a usarla

inapropiadamente, es decir, son correctos, pero tienen agregadas las nuevas características que imponen las redes sociales.

FACEBOOK



Sandy Flores Carrasco con Brenda Jimenez y 9 personas más

2 de octubre a las 7:52 · 🌐

Laz qiiero mucho bebeshas nunk las olvidaré graciaz x zu apoyo 🙌❤️🍺👍

En esta imagen se muestran faltas de ortografía, muy comunes en redes sociales, y sobre todo en adolescentes. Es frecuente que ahora se cambie la s por la z, que se omita la u al usar que o qui. Pero estas modificaciones, ya sean intencionales o no, han modificado la escritura y se han vuelto parte de la misma. También se observa la utilización de emoticones, en este caso hay un par de señales de aprobación, un corazón que representa el cariño entre amigas y un icono de cervezas.



Sabri Perabeles L con Day Sánchez y Monica Vargas J

26 de septiembre a las 8:48 · Instagram · 👤

About last night #bellasartes #labipolar #pasagüero #tragazon @soyladay

[Ver traducción](#)

En este ejemplo se observa el uso de hashtags y del @, aquí se utilizan para resumir en algunas palabras la experiencia vivida, es decir, #bellasartes y #pasagüero representan el lugar donde estuvieron la gente involucrada, #tragazon indica que comieron demasiado, y @soyladay señala a una persona a la que se hace mención.



GaBs Doofenshmirtz

10 de octubre a las 0:56 · 👤

¡En unas horas ya es la boda de **Karina Hernández!** Y estamos tan nerviosas **Isis Mrn Sncz** y yo que no podemos dormir!! Mañana seremos 🐼

Aquí se ve cómo se menciona a las personas involucradas, si bien no se ve el “@” (a diferencia de Twitter en donde sí aparece directo en la publicación), es necesario ponerlo para lograr la mención. También se nota que los emoticones no sólo se utilizan para complementar el texto, sino que en ocasiones sustituyen a la palabra, en este caso en vez de escribir panda, se puso un emoji, que representa las ojeras que tendrán por la desvelada.



Marco Antonio Mejía Eres eso y mas! Siempre estas en mi mente y en mi corazon!!! Yo quiero ser tu paz, tu calma y tu alivio! Te amo haaartoooo!!! Y que decir de lo que me has enseñado del amor!? Eres mi universooooo 😍😍😍

Me gusta · Responder · 👍 1 · 16 de octubre a las 20:31



Bety Rubin



Me gusta · Responder · 👍 1 · 16 de octubre a las 20:42

En este ejemplo se observa cómo se aumentan letras a las palabras para expresar con más énfasis algún sentimiento, lo que se complementa con los emoticones enamorados. También se ve el uso de varios de exclamación únicamente el final. Un aspecto que ha modificado la escritura no es sólo el uso de emojis para mejorar las expresiones, sino que, por la gran variedad que existe, hay momentos en que llegan a sustituir totalmente a las palabras y no se requiere escribir más, como es el caso de la respuesta a este comentarios.



Dulce Jördany Perez ▶ **Karem Jazz**

17 de octubre a las 21:39 ·

Ola Karem Jazz como tas? Esperó q estés bien jee te quiero muxxo y te extraño mucho buenas noches....!!

Me gusta

Comentar

A Karem Jazz le gusta esto.



Karem Jazz Yo mas a ty nena.

Me gusta · Responder · 17 de octubre a las 21:45

Aquí se muestra la omisión y sustitución de algunas letras en las palabras, ya sea error o de manera deliberada, pero generan un cambio común en estos escritos, por ejemplo: “Ola” en vez de “Hola”, “te quiero muxxo” en lugar de te quiero mucho” o “ty” en vez de “ti”. También se aprecian algunos errores ortográficos y el uso de doble signo de exclamación al final de la frase.

TWITTER



Bruce Wayne

@alguienomas



Seguir

Esta **#AlertaSísmica** ¿será parte de la «estrategia» de **@EPN** para **#MoverAMéxico?** 😏

Aquí se puede ver cómo los usuarios aprovechan los hashtags para referirse a ciertos momentos que requieren un contexto para ser entendidos, en este caso, el sonido de la alerta sísmica ocurrida en septiembre de 2015, con el cual se esperaba un movimiento que no llegó. Todos aquellos que lo vivieron lo entienden y pueden

encontrarle gracia a la publicación, en la cual se observa también un emoticón que representa algo divertido y ocurrente.



Ricardo Garcidueñas @richiewonka · 1 oct.

#QueNoSePierdaLaCostumbreDe despertarme con tus WhatsApps todas las mañanas.

Esta imagen no tiene faltas de ortografía ni redacción, pero es un claro ejemplo del uso de hashtags en los tweets, una forma cada vez más común de escribir en las redes sociales.



Karlita @KarLeeGore · 30 min

#NoMeGustaMeEncanta hacer ejercicio y sentir ese dolor que da el esfuerzo.

#Gym 🥰👊📱

De igual manera, en este ejemplo se ve el uso de hashtags como parte de las publicaciones, así como de emoticones complementando y dándole más fuerza y sentido al comentario.



Roger Gonzalez @rogergzz · 4 h

Ya está aquí @memo_schutz 🏐🏀🏈🏏

👤 8 ⭐ 66 ⋮

🔄 Roger Gonzalez ha retwitteado



Wake Up @WakeUpEnEXA · 7 h

¡Ya hicimos el TT #100 de @WakeUpEnEXA con #MientrasMeBaño !
Sigamos haciendo tendencias... 😊😊

👤 8 ⭐ 42 ⋮

En esta imagen se observan dos comentarios con varios de los cambios que ha tenido la escritura utilizada en redes sociales. En el primero se ve una mención,

seguida de emoticones de deportes, lo que da a entender que la persona mencionada está relacionada con ellos.

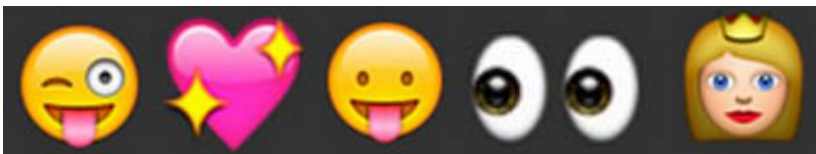
El segundo tweet está repleto de ejemplos, comenzando porque es un retweet, después se indica que se logró un trending topic por las iniciales TT, con el hashtag escrito posteriormente #MientrasMeBaño, en el cual cada palabra comienza con mayúsculas. Además se hace mención de algún usuario, para terminar con un par de emoticones que señalan felicidad y orgullo por el logro de la nueva tendencia.

WHATSAPP

En esta plataforma es más complicado obtener ejemplos, puesto que, como se dice en páginas previas, se trata de una aplicación más privada y personal, además que es usada principalmente en los celulares, por lo que no se puede hacer impresión de pantalla. Pero lo que se puede rescatar son los estados de los contactos, es decir, aquellas frases que cada uno pone en su perfil para que los demás lo vean. Sólo que se hará una transcripción de cada ejemplo, pero en el caso de los emoticones, sí es necesario poner la imagen. Cabe destacar que todos los emojis presentados se obtuvieron del siguiente sitio web:

http://www.tecnoxplora.com/apps/diccionario-definitivo-emoticonos-whatsapp_2014052600001.html [Consulta: 19 de octubre de 2015, 2:20 p.m.].

Estado 1:



En este ejemplo se sustituyen las palabras utilizando únicamente emoticones. Si bien no es claro lo que se quiere expresar, se nota que el estado muestra cierta felicidad, amor u optimismo.

Estado 2:



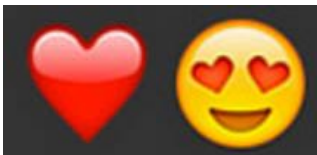
Q bonito es que mee acompañes a trabajar

te Amooooo

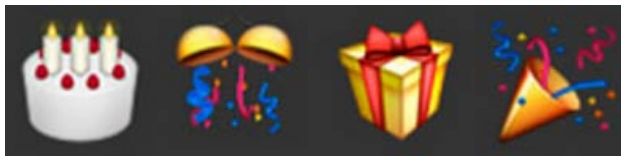


Aquí se observa la omisión y el aumento de algunas letras en las palabras: “Q” en vez de qué”, “mee” en lugar de “me” y “te Amooooo” en vez de “Te amo”. Y se ve nuevamente el constante uso de emoticones para complementar el sentimiento que se quiere expresar, que en este caso es amor.

Estado 3:



Festejando al amor de mi vida



En este ejemplo se siguen utilizando como refuerzo los emoticones, que van más allá de las caritas, pues se observa el pastel de cumpleaños, el regalo y las serpentinas, que ayudan a que se entienda mejor el mensaje.

Estado 4:

Se acerca mi temporada favoritaaaaa wiiiiii



En este estado se agregan letras a las palabras para darle mayor énfasis, mientras que la onomatopeya “wiiii” representa festejo y emoción. Igualmente se emplean emoticones que aclaran totalmente a qué temporada se refiere el usuario, sin necesidad de escribirlo.

Estado 5:



Mi defecto virtuoso: confiar demasiado

Aquí es notoria la molestia del usuario por alguna experiencia que vivió, gracias a los emoticones. Por sí solo el texto no explica bien la situación, así que se requirió se los emojis para complementar la expresión.

Es importante comentar que en Whatsapp no se utilizan signos comunes en otras redes sociales, como el hashtag o las menciones. Sin embargo, lo más relevante y que ayuda a expresarse son los emoticones, y cada vez se crean más de éstos y más variados.

YOUTUBE

Actualmente es muy común que los jóvenes creen sus propios canales y que generen contenido constante, algunos logrando mucho éxito, y *convirtiéndose en verdaderas celebridades, lo cual ha generado el fenómeno de los llamados “Youtubers”, personas en las cuales las marcas han encontrado un poderoso aliado para llegar a millones de personas, por medio de anuncios que se muestran antes o durante los videos*¹⁷⁷.

¹⁷⁷ **MERCA 2.0 ONLINE.** “Estos son los Youtubers Más Ricos del Mundo Según Forbes”. Jesús Yael Ortega Aguilar. [Consulta: 19 de octubre de 2015, 11:36 a.m.].
<http://www.merca20.com/estos-son-los-youtubers-mas-ricos-del-mundo-segun-forbes/>

Algunos de estos jóvenes están en los canales de Fernanfloo, Werevertumorro y Mario Aguilar (que se dio a conocer principalmente en Facebook, pero con videos), en los que se encuentran ejemplos de los cambios en los textos que se publican.



Fernanfloo Hace 6 horas.

Estoy dando montón de iPhone6 ??sólo para mis subs ! haga clic aquí: -
<https://plus.google.com/108366023389277232255/posts/9S4RjqK8eFZ>
Lo siento mucho muy pocos iPhone6 ??fue. Por favor, date prisa y reclamar el tuyo

50



Fernanfloo Hace 2 horas. (editado)

HoLAA CaRaJOO Ganate una PORTATIL ULTRAGAMER gratis ahora mismo entren
AKI <https://plus.google.com/104751278657415224553/posts/6UNoN3mm3Hi>

31

En el primer comentario se observa la utilización de signos de interrogación y exclamación que no corresponden a la manera correcta de hacerlo, puesto que sólo los está usando al final y más de una vez. En la segunda parte se nota el cambio de mayúsculas y minúsculas, que de alguna manera brindan más expresividad y busca llamar la atención. También es posible ver cómo se hace el cambio de “aquí” por AKI.



jessica gaytan Hace 4 meses.

Y lo peor te los encuentras 15 min después y te dice entonces que bailamos o no? Jajajaja y dices mmmm creo que voy al baño otra vez espérame ok jajaja

Responder · 15



Daneyra M Hace 4 meses.

+[jessica gaytan](#) HAHAHAAA es cierto!!!

Responder ·

Estos son comentarios de un video de Mario Aguilar, en los que se puede ver nuevamente el uso de sólo un signo de interrogación al final de una frase, así como la sustitución de las palabras por onomatopeyas: jajaja para expresar risa y mmmm

que da a entender que la persona está pensando en algo. Además en el comentario de abajo se sustituye “jajaja” por hahaha, que se ha vuelto común en la escritura digital.



Ess Vanpersie Hace 3 semanas.

Te Gusta Tu Nombre? 😬
(ElMioLoOdio)

Responder · 👍 👎

Este comentario es de un video de Werevertumorro, y se puede ver la mezcla de mayúsculas y minúsculas en todas las palabras, cuando debería ser únicamente al inicio o en nombre, países, etc. También se observa el signo de interrogación al final y sólo uno, así como una frase en la que se eliminan todos los espacios. Además hay un emoticón que ayuda a mostrar sorpresa.

Las siguientes imágenes son ejemplos de comentarios de canales de youtube con distintas temáticas.



Adriana Yvette Aquino Hace 3 semanas.

Casi no me gusta comentar me da pena pero me fascino como arreglas tus cejas me encantan las cejas gruesas andan de moda y dan mejor arco a tu cara...saludaros desde tijuana....



Responder · 1 👍 👎

En este texto se eliminaron todas las comas y acentos necesarios para que considerarlo correcto, la autora se sigue de largo sin prestar atención a la ortografía y redacción.



Erick Cáceres Hace 1 mes.

Gracias por compartir el conocimiento mediante videos como éste... Muy buena la diferenciación; yo no lo distinguía hasta ahora que me entero.

Responder ·  



Erwin Cortez Hace 9 meses.

Excelente.la.planta.sagrada.la.planta.terrenal.alo.espiritual...

Responder ·  

Aquí hay dos comentarios del mismo video de que habla sobre la marihuana, y ambos son muy diferentes. El primero está escrito correctamente, respetando ortografía y redacción, mientras que el segundo se eliminan todos los espacios y se sustituyen por puntos, otra forma en que se ha modificado la escritura.

De esta manera se muestran brevemente algunos ejemplos en los que se notan los cambios, tanto positivos como negativos, que ha sufrido el lenguaje escrito utilizado en las plataformas digitales. Una transformación que es difícil de detener, pero lo importante no es pararla, sino lograr que se haga de la forma correcta, sin errores y sin degradar el lenguaje.

En el siguiente y último tema se hace una propuesta sobre cómo aprovechar de la mejor forma estos cambios y evitar, en la medida de lo posible, que se pierda por completo el uso adecuado de la ortografía y redacción, para mantener la riqueza de la escritura.

3.4 El arte de escribir bien en las redes sociales.

En este último punto se proponen acciones con el objetivo de ayudar a utilizar de una forma adecuada las nuevas reglas que traen consigo las redes sociales, y a disminuir aquellas cuestiones que degradan totalmente el lenguaje.

Esta propuesta está dirigida a los Millennials que, como se menciona en el capítulo II, comprende a quienes nacieron entre 1980 y 1999, como se menciona anteriormente, es decir, que tienen entre 16 y 35 años. Esta generación es interesante, puesto que abarca un amplio rango de edad y es posible encontrar todo tipo de personas, con gustos, hábitos y formas de pensar distintas.

Pero se presentan estas preguntas ¿en qué les beneficia esta propuesta?, ¿por qué es importante que escriban correctamente? La respuesta es que escribir bien es un arte, se trata de un aprendizaje largo y continuo, una oportunidad que no todos tienen o quieren. Quizá para muchas personas sea más cómodo y fácil escribir con faltas de ortografía y errores en la redacción, y más cuando se hace en las plataformas digitales, total a quién le importa cómo está escrito. Sin embargo, sí importa, sí es trascendente, porque esas reglas que han ayudado a escribir apropiadamente durante tantos años no pueden desaparecer, sería un esfuerzo inútil. Porque entonces, de qué sirven todos los libros, los artículos, los periódicos, si la gente hace caso omiso de cómo están elaborados.

Quizá haya quienes opinen que el lenguaje escrito debe evolucionar, cambiar, lo que es cierto, pero es imperioso que estos cambios inviten al avance, no al retroceso. Obviamente por las redes sociales se han adquirido una serie de nuevos elementos que los usuarios han adoptado, y está bien, pero sin mermar lo ya establecido, al contrario, debe ser para enriquecer a la escritura.

Muchos podrían pensar que en las redes sociales no se requiere escribir bien, que la gente no lo nota, pero esta afirmación es errónea, puesto que existen muchos

integrantes de estas plataformas que luchan por mantener a salvo la ortografía, la redacción, el léxico. Y es tarea de los estudiosos de la comunicación apoyar esos esfuerzos de conservar las buenas costumbres al escribir.

Las redes sociales representan un campo de análisis muy amplio, puesto que no tienen límites geográficos, lo que podría traer alguna complicación para delimitar el espacio para esta propuesta o, por el contrario, brindar una zona fructífera para la investigación.

Para este caso, el espacio a estudiar son las redes sociales, específicamente Facebook y Twitter, por ser las más populares y con mayor número de usuarios, y se delimita a las personas del Distrito Federal, para continuar con el mismo idioma, y que cuenten con cuentas activas de estas dos plataformas.

Quizá se podría proponer llevar esta propuesta a otros medios, a las calles, sin embargo, con esta investigación se pudo comprender y analizar que las personas pasan gran parte de su tiempo en las redes sociales, y es ahí donde se puede lograr gran impacto, además de alcanzar más fácilmente al mayor número de personas.

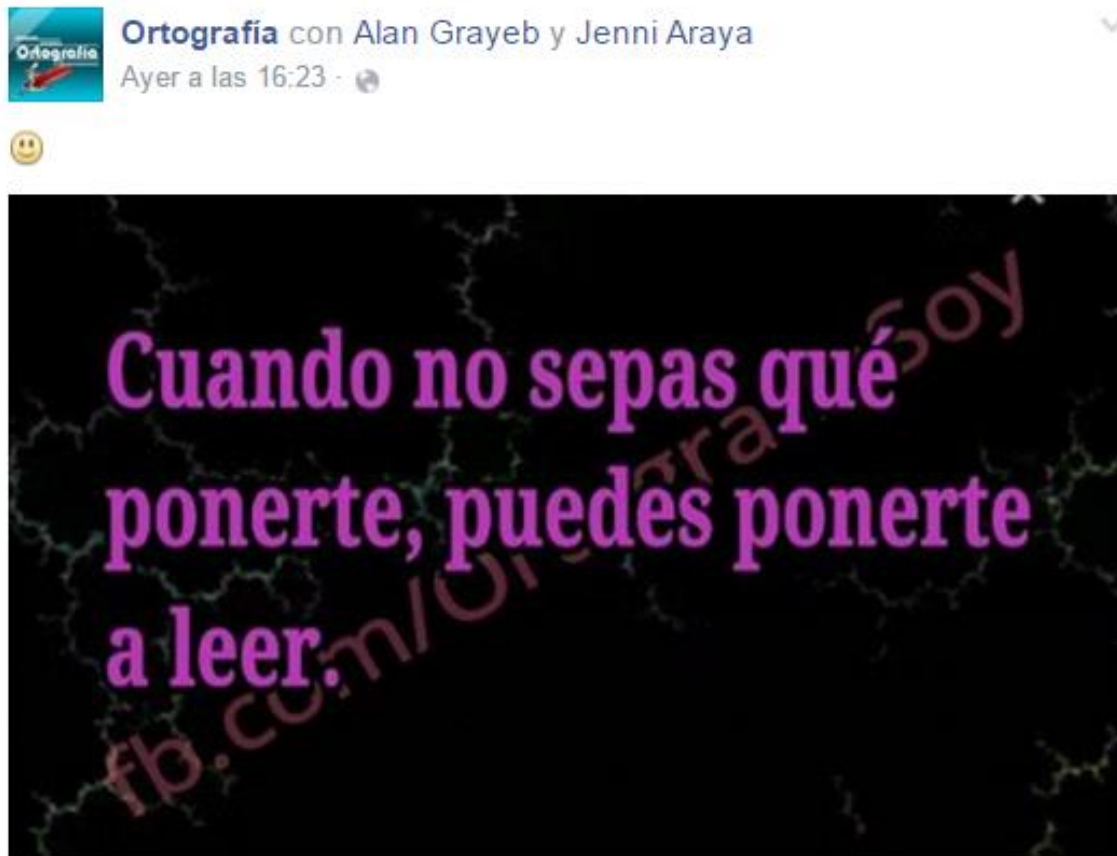
El tiempo establecido para llevar a cabo esta propuesta es de 6 meses, a partir de enero de 2016, puesto que en el último trimestre del año imperan las ansias de vacaciones y de festividades.

Determinados estos parámetros, se comienza a detallar la siguiente propuesta:

- Primero es importante dividir a los Millennials en dos, un segmento que comprenda de los 16 a los 24 años, y el otro que abarque de los 25 a los 35. Esta medida se toma porque el rango de edad es muy amplio y se complica dirigirse a adolescentes y a adultos de la misma forma, a pesar de formar parte de la misma generación. Pero el interés y la atención que puedan prestar es distinta.

- Si bien ya es común encontrar páginas en Facebook y Twitter que intentan fomentar el hábito de la lectura y el mejoramiento de la ortografía, falta difundir más sus publicaciones, para generar más impacto. Para esto, se debe crear una página en Facebook que incluya información e imágenes sobre estos mismos contenidos pero de una manera más amable, con emoticones y un lenguaje informal, sin llegar a ser descuidado. Además se requiere que estos perfiles estén actualizados y sean alimentados diariamente, ya que publicar de manera esporádica es uno de los errores que muchas empresas cometen.

Algunos ejemplos de publicaciones son los que se encuentran en perfiles de Facebook como “Ortografía” (<https://www.facebook.com/OrtografiaSoy>) y el “Arte de escribir bien” (<https://www.facebook.com/El-Arte-De-Escribir-Bien-359599264192284/>)





El Arte De Escribir Bien

7 de agosto de 2014 · 🌐

Escribir bien en Internet, es el futuro del lenguaje en la Red.



Estos ejemplos son más informales y buscan llamar la atención, lo que puede ayudar a alcanzar a ambos segmentos.

En Twitter: @ORTOGRAFIA (<https://twitter.com/ORTOGRAFIA>) y @OrtografíaReal (<https://twitter.com/OrtografiaReal>)



Ortografia @ORTOGRAFIA · 5 h

No es «depronto», es «de pronto». No es «osea». es «o sea». No es «porfavor», es «por favor». No es «ati», es «a ti».

🔄 79 ⭐ 60 ⋮



Ortografía @OrtografiaReal · 2 h

"Hechar" NO existe, es "echar".



Ortografía @OrtografiaReal · 2 h

Las palabras terminadas en "aje" se escriben con "J". Ej. Garaje, linaje, largometraje.



Estos ejemplos son más formales e informativos, aunque quizá para los más jóvenes sean aburridos, por eso es importante diferenciar el contenido que se maneje para cada público objetivo.

- También pueden hacerse publicaciones de otros temas atractivos, para que los usuarios se interesen en leer los artículos y sin darse cuenta, estén en contacto con textos escritos correctamente. Los tópicos deben ser variados para abarcar los dos segmentos definidos previamente. Por ejemplo, para la primera parte, se puede buscar información sobre deportes, videojuegos, hasta temas escolares, mientras que para el segundo segmento, los artículos serían de viajes, negocios, entre otros.

Una ventaja de las redes sociales es que el contenido es público, por lo que no se requiere estrictamente formar convenios para conseguir textos, obviamente dándole siempre el crédito al creador de los mismos. Sin embargo, es trascendental encontrar información veraz, de fuentes serias y confiables, para que lo que se comparta en redes sociales la más adecuada para los fines de esta propuesta.

- Así como se logró que la Campaña #Acentúate de Fundación del Español Urgente de BBVA (Fundeu) lograra gran impacto, se propone utilizar Twitter y

difundir algún hashtag relacionado con el tema de ortografía y redacción como #Escribomalcuando o #Meexpresobiensi, para generar una tendencia y llegar a más usuarios. El objetivo es valerse de los recursos que ofrecen las redes sociales y que no alteran del todo la escritura.

- Crear un video en el que se entreviste a diferentes personas, dentro del rango de edad establecido, y se les pregunte sobre sus hábitos al escribir en redes sociales, sobre los aspectos que les gustaría cambiar o su opinión acerca de los cambios que se han generado a raíz del uso de estas plataformas, para hacer una edición estilo “Las mangas del chaleco” del Noticiero con Joaquín López Dóriga, y subirlo a Youtube con las etiquetas “escribir bien, rescatemos a la ortografía, no dejemos que la ortografía muera”, etc., además de difundirlo en Facebook y Twitter.
- Contactar a youtubers, para que creen contenidos en los que se promueva la escritura correcta, de una manera peculiar y divertida, para llamar la atención de los usuarios. De igual manera, se deben difundir en las redes sociales. También se puede conseguir patrocinadores para imprimir de playeras que ejemplifiquen los típicos errores que se comenten al escribir en estas plataformas, o que muestren hashtag relacionados al tema, y se vuelvan imagen de esta iniciativa.
- Realizar dinámicas en las que se inste a los participantes a hacer propuestas sobre cómo mejorar la escritura en redes sociales; a la par de conseguir algunos patrocinadores que ofrezcan productos a aquellos que den las respuestas más originales y productivas.

Seguramente existen otras formas de acercar a la gente a la lectura y de difundir la cultura de escribir correctamente. Sin embargo, esta propuesta se limitó a las mismas redes sociales, por su impacto y gran alcance. No tiene caso continuar con los medios que lamentablemente no han tenido tanto éxito. Dada la preocupante transformación del lenguaje escrito, hay que actuar manera directa y contundente para no perder la riqueza del lenguaje, para recordarles a los adultos que ahí están

las reglas ortográficas y de redacción para que las usen, y para enseñarle a las nuevas generaciones su importancia, además de recalcar que las redes sociales no son malas, sólo hay que saber usarlas y tomar de ellas lo que en verdad vale la pena.

Quizá no se llegue a todos, pero con lograr el cambio en algunos, entonces esta investigación habrá cumplido su objetivo y abierto la puerta a mayores estudios sobre estos cambios que han traído las nuevas tecnologías.

CONCLUSIONES

Se creía en un principio que las redes sociales cambiaron la forma de escribir de los Millennials, y con el avance de esta investigación se pudo constatar este hecho. Sin embargo, estas plataformas no son las únicas culpables, el error viene desde casa y la escuela, en donde no se fomenta el hábito de la lectura que, a su vez, desarrolla el aprendizaje de la ortografía y redacción.

Si bien las redes sociales han modificado el lenguaje escrito debido a las nuevas reglas que han impuesto, a la integración de nuevas herramientas y signos que se han vuelto comunes en las publicaciones digitales, la responsabilidad es de cada persona. Estas redes no obligan a escribir mal, con faltas de ortografía, ni siquiera cuando algunas de estas plataformas restringen el número de caracteres, lo adecuado es encontrar la manera de expresarse adecuadamente en poco espacio.

Además hay otros recursos que las redes brindan y que han ayudado a complementar los discursos escritos, como los emoticones, que saltaron en esta investigación como un gran apoyo para la comunicación efectiva. Entonces se entiende que las redes sociales llegaron para quedarse, pero lo importante es saber tomar lo bueno que ofrecen y dejar a un lado aquellas cuestiones que limitan el lenguaje y lo empobrecen.

Otro punto por mencionar es cómo los autores están cada vez más interesados en los temas de Internet y redes sociales. Hay mucha bibliografía al respecto, pero lamentablemente, no se producen al mismo ritmo vertiginoso de la tecnología. Y un problema que se presentó a lo largo de esta investigación, es que los datos y estadísticas proporcionados en estos libros no estaban totalmente actualizados, es decir, no será la misma cantidad de usuarios en Facebook y Twitter que había en 2011 a la que existe ahora.

Además ha aumentado la creación de contenido puramente digital, lo que de alguna manera ha alejado, en cierta medida, a las personas de los libros, quizá por la facilidad de conseguir la información sólo con un clic o que sólo a través de internet se obtienen los datos más actuales.

Toda la información obtenida hasta este momento permite a los estudiantes de la comunicación conocer más sobre los cambios en el lenguaje escrito utilizado en plataformas digitales, sobre las posibles soluciones o acciones que se deben tomar para evitar la pérdida de las buenas costumbres al escribir, ya que ellos son los futuros profesionales y deberán continuar con la tarea que tiene este trabajo y muchos otros seguramente, de buscar y difundir estos cambios, y en la medida de lo posible disminuirlos, así como crear conciencia de la importancia de la lectura, del aprendizaje, del uso correcto de la ortografía y de la redacción.

Si bien se abarcaron muchos temas de interés, particularmente se hubieran podido incluir otros más como los nuevos vocablos y términos derivados de estas plataformas, los cuales han sido adoptados por los usuarios en su forma cotidiana de hablar y escribir, y que, incluso se han agregados de manera oficial al diccionario de la Real Academia Española, mostrando la importancia e influencia que tienen las redes sociales y las nuevas tecnologías en la actualidad.

A su vez, esta investigación abre camino a otros vértices que dan continuidad al tema desarrollado, por ejemplo, es importante hablar sobre el tiempo que los niños y adolescentes pasan en las redes sociales, además del contenido que encuentran ellas; también se puede hablar sobre los cambios generacionales que ha traído la tecnología, así como la manera en que puede afectar a las personas por estar tantas horas sentadas frente a la televisión, ya sea desde el aspecto de salud, de relaciones personales, hasta hablar de una adicción.

Otro tema que puede investigarse serían los cambios que han traído los celulares en las relaciones y la forma de comunicarse con otros, sustituyendo a las

conversaciones cara a cara, pues es muy común ver en reuniones, ya sea de amigos o familiares, y hasta en las escuelas y trabajos, el uso constante de los celulares, que deja entrever la impaciencia que tienen las personas para esperar a llegar a casa y checar sus notificaciones.

También se podría tratar el tema de los peligros que pueden traer las redes sociales si no se usan con precaución, ya que a través de estas plataformas es muy fácil robar la identidad de otros y hacerse pasar por personas que no son con fines ilícitos. Todas las personas son propensas a estos riesgos, pero debe poner sobre aviso a los padres para que tengan mayor control de lo que hacen sus hijos en Internet, del contenido que visitan y las personas que contactan.

Asimismo, sería una buena idea abordar la relación entre las redes sociales y el marketing, ya que poco a poco las empresas han decidido migrar sus estrategias a estas plataformas, debido a su gran impacto y el bajo costo de generar.

Particularmente, esta investigación estaría más completa si se hubiera realizado alguna encuesta sobre la forma que tienen los jóvenes de escribir en las redes sociales, lo que habría ayudado a profundizar más sobre las razones de los cambios en el lenguaje escrito, de la mano de los protagonistas.

También hubiera servido revisar durante cierto lapso de tiempo esta transformación, para tener un mayor seguimiento y quizá se hubiera logrado constatar cómo se ha dado esos cambios.

Así es como concluye este trabajo de investigación, con un panorama más amplio sobre el impacto e influencia de las redes sociales, que han logrado imponer sus reglas y establecer sus recursos. Lo importante es estar consciente de que no todo lo moderno representa algo positivo.

A pesar de no ser siempre correcta ni adecuada, la escritura en redes sociales causa impacto y crea modas, por lo que las personas se adaptan a ella, y ésta termina por establecerse y formar parte de la cultura digital. Es difícil hacerse a un lado, sólo hay que saber elegir lo que merece ser aprendido y rescatado.

BIBLIOGRAFÍA

- **BUSTAMANTE**, Enrique. *Redes sociales y comunidades virtuales en Internet*. Alfaomega, México, 2008.
- **CALVO**, Sergio, y **REINARES**, Pedro. *Comunicación en Internet*. Paraninfo, España, 2001.
- **CARBALLAR**, José Antonio. *Internet: El libro del navegante*. Ediciones de la U, Colombia, 5° Edición, 2013.
- **CARBALLAR**, José Antonio. *Twitter. Marketing personal y profesional*. Alfaomega, México, 2011.
- **CASSANY**, Daniel. *Describir al escribir: Cómo se aprende a escribir*. Editorial Paidós, España, 6° Edición, 1996.
- **CEBRIÁN**, Mariano. *La radio en Internet: de la ciberradio a las redes sociales y la radio móvil*. La Crujía, Argentina, 2008.
- **CERVERA**, Ángel y **HERNÁNDEZ**, Guillermo. *Saber escribir*. Editorial Santillana, México, 6° Edición, 2007.
- **CORDÓN**, José A., **ALONSO**, Julio, **GÓMEZ**, Raquel, y **LÓPEZ**, Jesús. *Las nuevas fuentes de información: información y búsqueda documental en el contexto de la web 2.0*. Ediciones Pirámide, España, 2010.
- **DE SAUSSURE**, Ferdinand. *Curso de lingüística general*. Fontamara, México, 2° Edición, 2010.
- **FAERMAN**, Juan. *Faceboom: el nuevo fenómeno de masas Facebook*. Editorial Alienta, España, 2010.
- **FERRATER MORA**, José. *Indagaciones sobre el lenguaje*. Alianza Editorial, España, 1980.
- **FONSECA**, Socorro, **CORREA**, Alicia, **PINEDA**, María Ignacia, y **LEMUS** Francisco. *Comunicación Oral y Escrita*. Pearson, México, 2011.
- **FOWLER**, Roger. *Para comprender el lenguaje: Una introducción a la lingüística*. Editorial Nueva Imagen, México, 1978.

- **GÓMEZ**, Álvaro, y **OTERO**, Carlos. *Redes sociales en la empresa. la revolución e impacto a nivel empresarial y profesional*. Ediciones de la U, España, 2013.
- **GÓMEZ**, Juan Pedro. *Lengua: Sistema y comunicación*. Quaderna Editorial, España, 2003.
- **HARRIS**, Roy. *Signos de Escritura*. Gedisa, España, 1999.
- **ISLAS**, Octavio, y **GUTIÉRREZ**, Fernando. *Internet: el medio inteligente*. Compañía Editorial Continental, México, 2000.
- **JIMÉNEZ OTTALENGO**, Regina, y **CALVIMONTES Y CALVIMONTES**, Jorge. *Posesión y empleo del lenguaje: Introducción a la lingüística*. UNAM, FCPyS – SUA, México, 1994.
- **KERPEN**, Dave. *Me gusta: conseguir el éxito en las redes sociales*. Ediciones Anaya Multimedia, España, 2012.
- **LLAVINA**, Xantal. *Facebook: Mejore sus relaciones conociendo la red social que conecta el mundo*. Profit Editores, España, 2011.
- **MÉNDEZ TORRES**, Ignacio. *El Lenguaje oral y escrito en la comunicación*. Editorial Limusa, México, 1994.
- **NIÑO ROJAS**, Víctor Miguel. *Semiótica y lingüística aplicadas al español*. Ecoe Ediciones, Bogotá, 4° Edición, 2002.
- **ORIHUELA**, José Luis. *Mundo Twitter: Una guía para comprender y dominar la plataforma que cambió la red*. Editorial Alienta, 4° Edición, España, 2011.
- **PRIETO CASTILLO**, Daniel. *La fiesta del lenguaje*. Ediciones Coyoacán, México, 2° Edición, 2000.
- **QUINTAR**, Aída, **CALELLO**, Tomás, **APREA**, Gustavo,... [y otros]. *Los Usos de las TICs: una mirada multidimensional*. Universidad Nacional de General Sarmiento, Prometeo Libros, Argentina, 2007.
- **RODRÍGUEZ**, Oscar, **BRAVO**, Sagrario, y **TRONCOSO**, Roberto. *Facebook: aplicaciones profesionales y de empresa*. Ediciones Anaya Multimedia, España, 2010.
- **SAPIR**, Edward. *El lenguaje: Introducción al estudio del habla*. Fondo de Cultura Económica, México, 1954.

- **SERRANO SANTOYO**, Arturo, y **MARTÍNEZ MARTÍNEZ**, Evelio. *La brecha digital: mitos y realidades*. Universidad Autónoma de Baja California, México, 2003.
- **TOMELO**, Fernando. *Redes sociales y tecnologías 2.0*. Editorial Astrea, 2° Edición, Argentina, 2014.
- **TREJO DELARBRE**, Raúl. *Viviendo en el Aleph: la sociedad de la información y sus laberintos*. Gedisa, España, 2006.
- **VENDRYES**, Joseph. *El Lenguaje: Introducción lingüística a la historia*. Unión Tipográfica Editorial Hispano-Americana, México, 1968.
- **VIVALDI**, Gonzalo Martín. *Curso de redacción: Teoría práctica de la composición y del estilo*. Paraninfo, España, 33° Edición, 2000.
- **WOLTON**, Dominique. *Sobrevivir a Internet*. Gedisa. España, 2000.
- **YUS**, Francisco. *Virtualidades reales. Nuevas formas de comunidad en la era de Internet*. Publicaciones de la Universidad de Alicante, España, 2007.

CIBERGRAFÍA

- **ASOCIACIÓN MEXICANA DE INTERNET (AMIPCI)**. “3° Estudio de Marketing Digital y Social Media 2014”. Formato PDF. https://amipci.org.mx/images/Estudio_Marketing_2014.pdf
- **ASOCIACIÓN MEXICANA DE INTERNET (AMIPCI)**. “11° Estudio sobre los hábitos de los usuarios de Internet en México 2015”. Formato PDF. https://amipci.org.mx/images/AMIPCI_HABITOS_DEL_INTERNauta_MEXICANO_2015.pdf
- **BBC ONLINE**. “:-o El Sorprendente Poder de los Emoticonos”. Chris Baraniuk. http://www.bbc.com/mundo/noticias/2014/12/141201_vert_fut_tecnologia_sorprendente_poder_emoticonos_ig

- **EL PAÍS ONLINE.** *“La Ortografía Puntúa En Internet”*. http://elpais.com/diario/2012/01/02/sociedad/1325458801_850215.html
- **EL TIEMPO ONLINE.** *“El Uso de Las Redes Sociales”*. Guillermo Santos. <http://www.eltiempo.com/opinion/columnistas/el-uso-de-las-redes-sociales-quillermo-santos-calderon-columnistas-el-tiempo/16050175>
- **EXCELSIOR ONLINE.** *“La Diferencia Entre Los Millennials, Sus Papás y Sus Abuelos”*. Área de Redacción. <http://www.dineroenimagen.com/2014-04-16/35878>
- **ICONO 14 ONLINE.** *“El Fenómeno WhatsApp en el Contexto de la Comunicación Personal: una Aproximación a través de los Jóvenes Universitarios”*. Formato PDF. Juana Rubio Romero. <http://www.icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/view/818/526>
- **INFORMA BTL ONLINE.** *“Características de los Millennials que Tal Vez No Conocías”*. Daniel Rivera. <http://www.informabtl.com/caracteristicas-de-los-millennials-que-talvez-no-conocias/>
- **MARKETING DIRECTO ONLINE.** *“La Publicidad en Redes Sociales es 40 Veces Más Efectiva que la Tradicional”*. <http://www.marketingdirecto.com/actualidad/social-media-marketing/la-publicidad-en-redes-sociales-es-40-veces-mas-efectiva-que-la-tradicional/>
- **MERCA 2.0 ONLINE.** *“Campaña #acentúate en Twitter para Promover el Uso de Tildes en los Hashtags”*. Andrea Barragán. <http://www.merca20.com/campana-acentuate-twitter-promover-uso-tildes-hashtags/>
- **MERCA 2.0 ONLINE.** *“Conoce Las Diferencias Entre Millennials, GenX y Baby Boomers”*. Guillermo Perezbolde. <http://www.merca20.com/conoce-las-diferencias-entre-millennials-genx-y-baby-boomers/3/>

- **MERCA 2.0 ONLINE.** “¿Cuál es la Edad que Predomina en las Principales Redes Sociales?”. Alexandra Domínguez. <http://www.merca20.com/cual-es-la-edad-que-predomina-en-las-principales-redes-sociales/>
- **MERCA 2.0 ONLINE.** “El 41% De Los Empleados Serán Millennials En 2020”. Valeria Murgich. <http://www.merca20.com/el-41-de-los-empleados-seran-millennials-en-2020/>
- **MERCA 2.0 ONLINE.** “Emoji: La Nueva Red Social Donde Todo Se Comunica Con Emoticones”. Valeria Murgich.
- <http://www.merca20.com/emoji-la-nueva-red-social-donde-todo-se-comunica-con-emoticones/>
- **MERCA 2.0 ONLINE.** “Emoticones, Puntuación y Diferencias del Lenguaje Digital”. Mesa Editorial Merca 2.0. <http://www.merca20.com/emoticones-puntuacion-y-diferencias-del-lenguaje-digital/>
- **MERCA 2.0 ONLINE.** “Estos son los Youtubers Más Ricos del Mundo Según Forbes”. Jesús Yael Ortega Aguilar. <http://www.merca20.com/estos-son-los-youtubers-mas-ricos-del-mundo-segun-forbes/>
- **MERCA 2.0 ONLINE.** “iMoji: La Nueva Aplicación que Transforma tus Selfies en Emoticones”. Salvador Vega. <http://www.merca20.com/emoji-la-nueva-red-social-donde-todo-se-comunica-con-emoticones/>
- **MERCA 2.0 ONLINE.** “Inversión Publicitaria de las Grandes Marcas Aumenta un 60% en YouTube”. Valeria Murgich.
<http://www.merca20.com/inversion-publicitaria-de-las-grandes-marcas-aumenta-un-60-en-youtube/>
- **MERCA 2.0 ONLINE.** “La ciencia detrás de los #Hashtags”. Ana Gabriela Jiménez. <http://www.merca20.com/la-ciencia-detras-de-los-hashtags/>

- **MERCA 2.0 ONLINE.** “¿Los Millennials Alguna Vez Sueltan Sus Teléfonos Móviles?”. Valeria Murgich. <http://www.merca20.com/los-millennials-alguna-vez-sueltan-sus-telefonos-moviles/>
- **MERCA 2.0 ONLINE.** “Para los Publicistas, los Videos en YouTube son Más Eficaces que en TV”. Pablo Petovel. <http://www.merca20.com/para-los-publicistas-los-videos-en-youtube-son-mas-eficaces-que-en-tv/>
- **MERCA 2.0 ONLINE.** “¿Por qué debes incorporar webinars en tu marca?”. Alexandra Domínguez. <http://www.merca20.com/por-que-debes-incorporar-webinars-en-tu-marca/>
- **MILENIO ONLINE.** “Uso de Redes Sociales”. René Sánchez Juárez. http://www.milenio.com/firmas/rene_sanchez_juarez/Uso-redes-sociales_18_198160227.html
- **MUY INTERESANTE ONLINE.** “20 Nuevas Palabras Incorporadas al Diccionario de la RAE en 2012”. Elena Sanz. <http://www.muyinteresante.es/cultura/arte-cultura/articulo/20-nuevas-palabras-incorporadas-al-diccionario-de-la-rae-en-2012>
- **MUY INTERESANTE ONLINE.** “¿Qué es el "Grooming"?”. Javier Flores. <http://www.muyinteresante.es/curiosidades/preguntas-respuestas/ique-es-el-grooming>
- **PORTAL OFICIAL DEL GOBIERNO DEL ESTADO DE GUERRERO.** ¿Qué es el Bullying o Acoso Escolar? <http://guerrero.gob.mx/articulos/que-es-el-bullying-o-acoso-escolar/>
- **PORTAL TECNOXPLORA.** “El Diccionario Definitivo de los Emoticonos en WhatsApp”. David Gómez Ortiz. http://www.tecnoplora.com/apps/diccionario-definitivo-emoticonos-whatsapp_2014052600001.html

- **PORTAL WEB ADICTOS.** “Breve Historia del WhatsApp”. Ernesto Castrejón.
http://webadictos.com/2013/06/16/breve-historia-del-whatsapp/?wa_count=1
- **REVISTA VÉRTIGO ONLINE.** “Ciberterrorismo: Una Amenaza Real”. Arturo Moncada.
<http://www.vertigopolitico.com/articulo/8732/Ciberterrorismo-una-amenaza-real>