

Cncta kn nstrs: los SMS universitarios (Conecta con nosotros: los SMS universitarios)⁽¹⁾

En este trabajo planteo varias cuestiones en torno al lenguaje que parecen traer de cabeza tanto a los lingüistas como a los ortógrafos más fervientes en esta –ya no tan nueva– Sociedad de la Información. Y de todos los revolucionarios medios de comunicación he seleccionado uno, el teléfono móvil por dos razones: en primer lugar, por su amplísima utilización (es extraño en nuestros días no disponer de uno); en segundo lugar porque su modalidad de mensajes cortos (SMS) despierta no pocas suspicacias lingüísticas en tanto que parece romper el equilibrio ya de por sí inestable entre lenguaje hablado y lenguaje escrito.

0. De la caverna al móvil 0. D la kverna al mvil

Los nuevos medios informáticos de los que nos servimos en la vida cotidiana están modificando a pasos agigantados los modelos tradicionales de comunicación y de relación social.⁽²⁾ Vivimos, según los expertos, en una “Sociedad de la Información” y, sin embargo, la expresión “estar informado”, cuyo valor epistémico la convertía en condición necesaria para “saber más”, ha pasado a designar la consecuencia de una actitud, de una “forma del estar” más próxima a los límites borrosos de la semiótica de la imagen que a los de la lingüística de la palabra. La información se ha transformado en nuestros tiempos en un objeto de valor que hay que consumir compulsivamente o gestionar en beneficio propio. “Estar informado”, en definitiva, significa ahora estar *on-line* en todo momento, esto es, abierto y localizable para todos (conectado). Lo sorprendente de este nuevo modelo de comportamiento es que no favorece en absoluto la constitución de una sociedad comunal donde la información sea un bien compartido que circula socialmente, sino el desarrollo –un tanto paradójico– de una falsa imagen de individualidad, pues la información, al igual que las ofertas bancarias, puede personalizarse.

De entre todos los artilugios informáticos que utilizamos en nuestra vida diaria, es quizá el teléfono móvil el que mejor representa el cambio de actitud que señalaba anteriormente. El teléfono convencional que ahora se denomina “fijo” (y que antes simplemente era “el de casa”) era un mero instrumento de enlace en la distancia que servía tanto para informar como para charlar; esto es, cumplía básicamente una función narrativa. El teléfono móvil, sin embargo, se ha convertido en una prolongación imprescindible de nuestra imagen social (es extraño no tener un móvil), al tiempo que funciona como signo diacrítico frente a los demás: no sólo se “personalizan” la carcasa del teléfono o la pantalla, también se pueden seleccionar las melodías de llamada y hasta la voz del buzón

(1)

Este trabajo se ha llevado a cabo gracias al proyecto de investigación *Norma discurso y español panhispánico en los medios de comunicación* (HUM2005-00956/FILO) financiado por el Ministerio de Ciencias y Tecnología y coordinado por Ana M^a Vígara Tauste (Universidad Complutense de Madrid). Los ejemplos del *corpus* proceden de *Extremadura Universa*, una revista de periodicidad semanal diseñada para los universitarios extremeños, con una tirada de 15,000 ejemplares. Los textos citados son anónimos y pertenecen a los siguientes números: n^o 115 del 16-01-2006 (citado como EU16); n^o 124 del 20-03-2006 (citado como EU20); n^o 126 del 3-04-2006 (citado como EU3) y n^o 128 del 1-05-2006 (citado como EU1).

(2)

Recuérdese que la autoría del atentado del 11 de marzo fue reivindicada por Al Qaeda en un correo electrónico y que las masivas concentraciones del 13 de marzo ante la sede del PP en Madrid fueron organizadas a través del SMS “Pásalo”. Desde luego, parece indudable que las enormes posibilidades comunicativas que ofrece la Sociedad de la Información actual facilitan que la acción social pueda provocar un cambio histórico.

(3)

Precisamente su cercanía, su familiaridad, su importancia social hacen que pueda ser aprovechado como un recurso capaz de dar unidad y sentido a un guión cinematográfico. Prueba de ello es la película *Cellular* (2004) de David R. Ellis. El argumento plantea el problema de las relaciones personales mediadas por la tecnología: una mujer desconocida que ha sido secuestrada (Kim Bassinger) llama por azar a un desconocido; a partir de este hecho fortuito posibilitado por la tecnología, sus vidas se entrecruzan de un modo decisivo, hasta el punto de que la pérdida de contacto telefónico podría suponer la muerte de la protagonista.

(4)

Con este nombre identifica el sociólogo Don Tapscott a la población internet comprendida entre 13 y los 19 años.

http://mouse.latercera.cl/1999/protagonista/0705/index_protag.html.

Véase también

<http://degasperin.org.mx/downloads/cyberespacio.pdf>.

(5)

Según datos de Telefónica de septiembre de 2005, el mercado español de móviles superó la cifra de 41,5 millones de líneas, lo que significa que aproximadamente el 93,5% de la población tiene un teléfono de este tipo. Este porcentaje aumenta hasta rozar el 99% en el caso de los jóvenes comprendidos entre los 12 y los 18 años; de hecho, en término de marketing son denominados *heavy users* (usuarios intensivos). La cifra de usuarios comprendida entre estas edades aumenta con tanta rapidez que la Asociación Proyecto Hombre, especializada en tratamientos a toxicómanos, ha lanzado un mensaje de alerta ante el incremento de los casos de adicción a móviles en menores de 18 años. El perfil del adicto tecnológico coincide con el adolescente que recibe una media de 60 mensajes al día, que chatear hasta altas horas de la madrugada o que se muestra irascible y ansioso si su aparato se queda sin batería, sin saldo o está fuera de cobertura momentánea. Albeert Sabatés, director de Proyecto Hombre en Cataluña, afirma: "Para muchos jóvenes poseer un móvil es un síntoma de prestigio que se acrecienta cuantos más mensajes recibe" (El Semanal, 12 de enero de 2003). Curiosamente, en la página siguiente a esta alarmante noticia aparece un anuncio de Vodafone que regala 200 mensajes multimedia si se compra un modelo determinado. El número de mensajes también ha crecido espectacularmente; por ejemplo, sólo en fin de año de 2005 se enviaron 13 millones de SMS (El País, 9 de enero de 2006, p. 31).

contestador con mensajes de todo tipo. El móvil es nuestro más íntimo medio de expresión, una imagen sin palabras de nuestra personalidad. Por otra parte, si en sus comienzos la comunicación por móvil llegó a constituir un cierto signo de *status*, ahora ha cambiado radicalmente de contenido. Ya no necesitamos "contar cosas", tenemos que "estar localizables" (on-line), lo que equivale a decir identificados; en otras palabras, la función narrativa de sus orígenes (si es que alguna vez la tuvo) se aproxima bastante a una deontología deíctica: "hay que estar ahí". De hecho, el teléfono móvil es lo primero que encendemos al salir del cine (en el caso, claro está, de que no usemos el *silent-mode*), lo observamos constantemente para ver si aparece en la pantalla el icono de mensaje, nos sentimos desamparados si no tenemos la cobertura protectora de sus redes y es significativo que en las bibliotecas aparezca la señal de prohibido o que pueda sonar en clase o en un examen. Necesitamos estar en todo momento a disposición de sus timbrazos, por si nos perdiéramos una oferta irrepetible.⁽³⁾

La privacidad que tanto se predica de los móviles es una falacia, porque somos más sociales cuanto más comunicados estemos. Y es curioso que aquellos primeros móviles que se veían como un signo de ostentación entre ejecutivos y horterías, hayan pasado a ser el principal vehículo de comunicación de la juventud, una vez que el público adulto ha agotado todas las posibilidades del mercado. Los jóvenes tienen, al parecer, todos los ingredientes para estar "movilizados": manejan con facilidad las nuevas tecnologías (de hecho, se identifican como la Net-generation,⁽⁴⁾ o "generación de la Red"; aunque también se les conoce como "generación del pulgar") y necesitan estar en contacto permanente con sus amigos, bien a través de los "toques" que se envían unos a otros (una curiosa forma de indicar que se está presente), bien a través de los mensajes SMS, que son baratos y escapan del control de los adultos. Las campañas publicitarias de las distintas operadoras tiene muy en cuenta que sus usuarios buscan un servicio rápido y eficaz, de ahí que insistan en la necesidad de tener un teléfono móvil "porque la vida puede cambiar en cinco minutos" (como rezaba un antiguo anuncio de telefonía móvil) y hay que estar sobre aviso.⁽⁵⁾

Conviene recordar, sin embargo, que en un principio (años 90) los mensajes de texto no formaban parte de la planificación tecnológica de los móviles, pues éstos habían sido diseñados para cumplir una función similar a la del teléfono fijo, pero con las ventajas del correo electrónico e Internet. El inesperado éxito que - pese a sus limitaciones- tuvo la opción "mensajes" sorprendió a las operadoras de telefonía móvil, quienes se vieron obligadas a modificar y mejorar sus servicios. Son significativas al respecto las declaraciones de J. Carlos González, gerente de los servicios de voz y mensajería de Telefónica Móviles: "Cuando empezaron los móviles actuales, en 1995, este servicio ya estaba incorporado, pero nadie lo usaba. Ha sido este año cuando la explosión de los mensajes nos ha sorprendido hasta a los propios operadores. Los mensajes gestionados por Movistar eran 15 millones en 1997. En 1999 la cifra creció correlativa a la extensión del nuevo aparato, cuando dejó de ser cosa de élites: 539 millones de mensajes"; y continúa "fue el año pasado [se refiere al año 2000] cuando el móvil llegó a los adolescentes, y éstos dictaron un veredicto insospechado (...) los jóvenes nos

(6) Véase la cita completa www.perspectivaciudadana.com/ediccion_290601/ciencia1.htm. Según datos de Telefónica de septiembre de 2005, el mercado español de móviles superó la cifra de 41,5 millones de líneas, lo que significa que aproximadamente el 93,5% de la población tiene un teléfono de este tipo. El número de mensajes también ha crecido espectacularmente; por ejemplo, sólo en fin de año de 2005 se enviaron 113 millones de SMS (El País, 9 de enero de 2006, p. 31).

(7) Canal Sur ha sido la primera cadena en reaccionar ante la aparición de SMS disortográficos en televisión al proponer un programa corrector. La iniciativa ha partido de Elena Blanco Castilla, Consejera de la Radiotelevisión de Andalucía, periodista y profesora de la Universidad de Málaga: "El lenguaje de los móviles está generando una revolución en el idioma que puede suponer un cambio importante en el proceso de alfabetización de los jóvenes. El abandono de las reglas ortográficas provocará la adquisición de hábitos en la escritura que pueden generar y consolidar errores ortográficos muy difíciles de erradicar. En este sentido, la aparición en las pantallas de televisión de mensajes que contienen una elevada proporción de faltas ortográficas agrava aún más la situación y genera confusión entre las personas con menos formación". HOY, 14 de marzo de 2005, p. 43. Véase también www.elpais.es de 21-12-2005.

(8) Incluso la Biblia, el libro de los libros, traducido a más de 2000 lenguas, está ya a punto de ser trasladado al lenguaje de los SMS. La iniciativa ha partido de la página dedicada a temas religiosos www.gospelsearch.com, que ya ha participado en la traducción a la jerga juvenil del Padre Nuestro en versión noruega reduciéndolo a 160 signos. Hay también interesantes iniciativas literarias en España, como el ciberespacio llamado "Ciberpunk" (imode.ciberpunk.com) que ofrece por tres euros al mes relatos, novelas y microcuentos escritos exclusivamente para teléfonos móviles. Y la novela romántica Deep Love colapsó los móviles de los jóvenes japoneses en el año 2004.

(9) Algunas creaciones con emoticonos son verdaderas obras de arte; no en vano comienzan a denominarse ASCIIart. Uno de los primeros fue el dibujo de la rosa (@>-----;--), pero hay más. Véanse unas muestras muy ingeniosas de emoticonos animales:))i(("mariposa"; @("O")@ "koala"; <:3)---- "ratón"; (<-> "pato"; pq # "toro de frente". En los chats "se utilizan como objetivos que reproducen, en la conversación virtual, lo que en una conversación real supone una forma de entablar o mantener un diálogo: ofrecer gentilmente una rosa, invitar a un cigarrillo - esto siempre tiene la ventaja de desatar la discusión sobre el tabaco- o bien ofrecer una taza de café o una jarra de cerveza. El aludido seguramente será tan amable que dará las gracias y quizá acabe entablandose una agradable conversación". Véanse los dibujos que ofrece Morada en su trabajo "Entre arrobos, ehes y emoticonos": (_____)(((O) "cigarrillo"; c(_____) "taza de café"; c(_____) "jarra de cerveza". Para hacerse una idea de las complejas representaciones gráficas que permiten el teclado pueden consultarse algunas de las siguientes direcciones: www.latinia.com; www.todomovil.f2s.com; www.topgms-es.com; www.gmspain.com.

están enseñando para qué sirve y cómo se utiliza nuestro propio producto".⁽⁶⁾

Pero la cifra crecerá todavía más, puesto que al servicio habitual SMS se ha añadido la posibilidad de crear "grupos de charla" a un precio muy económico; por otra parte, es ya habitual que las participaciones en concursos televisivos y las muestras de opinión sobre determinados temas o personajes públicos se hagan enviando un mensaje de texto: Antena 3 recibió más de tres millones de mensajes en tan sólo cuatro meses (desde finales de marzo del 2001, cuando se puso en marcha el servicio, hasta julio del mismo año, fecha de la encuesta).⁽⁷⁾ Si se cuentan además los mensajes enviados a compañías para descargar desde melodías a chistes e iconos, el número se incrementa notablemente. Esta modalidad de uso de los mensajes nació en Finlandia en 1999. Su éxito fue tal entre el público joven que en el año siguiente se creó un sector con más de 50 empresas cuyas ganancias sobrepasaron los 50 millones de euros anuales. Desde entonces ha experimentado un crecimiento imparable,⁽⁸⁾ lo que no implica que este tipo de mensajes no sea también utilizado por personas adultas y para fines no estrictamente comunicativos. Recordemos que basta con escribir determinada combinación de caracteres para que el remitente del mensaje quede oculto.

1. Medios y mensajes

1. Medios y mnsjs

En el ámbito lingüístico-cognitivo, los cambios más significativos que ha introducido el uso de los mensajes con el móvil afectan sobre todo a la noción de competencia comunicativa (cómo manejamos la lengua según las situaciones) y a los procesos de codificación y descodificación de los contenidos que se transmiten. Es innegable que vivimos una época en la que la imagen está ganando terreno a la palabra escrita porque, frente al costoso aprendizaje que esta última exige (pensemos en el considerable esfuerzo que requiere el adiestramiento caligráfico), la imagen es más versátil y facilita la interpretación. Este fenómeno, en absoluto irrelevante, repercute (o lo hará muy pronto) no sólo en los procesos de control y de clasificación de la realidad (no es lo mismo "ver" el mundo como sucesión de imágenes que "interpretarlo" verbalmente), sino en la forma en que transmitimos emociones o sentimientos; no de otra manera se explica, por ejemplo, el enorme éxito que tienen los emoticonos como marcadores de subjetividad en los textos virtuales de los chats, los SMS o los correos electrónicos⁽⁹⁾.

Por otra parte, los nuevos medios electrónicos, en especial los SMS y el chat, han puesto de manifiesto dos cuestiones de los procesos de comunicación que, por obvias, no son menos fundamentales: en primer lugar, que el medio condiciona el mensaje; y en segundo lugar, que los usuarios "diseñan y gestionan" las herramientas comunicativas (los mensajes) en función de sus intereses y del destinatario al que van dirigidas. Es evidente que las características técnicas y el sistema operativo de los nuevos medios condicionan radicalmente la producción lingüística. Al igual que en la historia de la escritura el cambio del punzón por la caña modificó el trazo y permitió la aparición de la técnica cuneiforme, en el caso de los SMS, por ejemplo, los caracteres del teclado condicionan la cantidad de información que puede enviarse, y el tamaño de la pantalla la capacidad receptiva (cuánta información

(10)

En una campaña publicitaria de Vodafone de hace un año se insistía en que se pagaba no por los mensajes que se enviaban sino por el tiempo en que se empleaba en hacerlo: "Vodafone recomienda el uso responsable de este producto. Enviar mensajes por 1 cent./min. puede crear adicción (...) Hazlo deprisa, con el servicio WAP no pagas por los mensajes que envíes sino por el tiempo que tardas en hacerlo". El Libro de los Guinness ya cuenta con un nuevo capítulo que incluye a las personas más rápidas a la hora de escribir SMS. En 2005 un estudiante de la ciudad de Singapur batió el récord mundial Guinness al escribir 26 palabras en 43,24 segundos, según informa el diario HOY (29 de junio de 2005).

(11)

El término "ciberhabla" (traducción de 'Nestpeak') es una de las denominaciones más aceptadas para designar la peculiar forma de lengua utilizada en Internet que combina algunos rasgos del habla y de la escritura con las características que ofrece el medio electrónico. Como alternativa al neologismo "ciberhabla" se han propuesto también los términos particulares "Netñol" y "Webñol" (español de la red), excesivamente restrictivos dado el carácter multilingüe de la Red, "discurso electrónico", "conversación virtual" (para subrayar la interactividad), "lenguaje electrónico" (un tanto ambiguo, porque puede asociarse a los lenguajes de programación), "CMC" (Computer-Mediated Communication; más centrado en el medio que en el proceso) o "textos escritos oralizados" (para marcar la confluencia de los registros escrito y hablado). Ferrara, Brunner y Whittemore (1991) hablan de "discurso interactivo", "conversación textual", "diálogo electrónico". No faltan tampoco las creaciones metafóricas hiperbólicas, como "Centaura lingüístico emergente", de Baron (2000: 248).

(12)

El uso de las mayúsculas en los SMS no están tan marcado como en los correos electrónicos o en los chats donde su empleo se considera una falta de cortesía.

(13)

Los primeros diccionarios de abreviaturas aparecieron en Internet compilados por Motorola, Genie y otras compañías. Uno de los más completos y actualizados está en www.diccionariosms.com.

puede verse); esta constricción técnica explicaría que los usuarios de los SMS tiendan a condensar en lo posible sus mensajes porque disponen de un espacio reducido y, además, el exceso informativo cuesta dinero. Recuérdese que hasta no hace mucho tiempo el precio de los telegramas nos obligaba a sintetizar al máximo la información que se enviaba, porque se pagaba en función del número de palabras empleadas.

Pero las limitaciones tipográficas y espaciales no explican más que una parte mínima de la configuración de estos mensajes, pues normalmente los usuarios no suelen utilizar más de 70 caracteres (las pantallas permiten hasta 160). La razón más determinante deriva de un nuevo concepto de comunicación basado tanto en la constante disponibilidad (la deontología deíctica, el "hay que estar" que mencionaba antes), como en la inmediatez. Los mensajes son efímeros, porque la comunicación ya no es un intercambio de información, sino un objeto de consumo⁽¹⁰⁾ y, por tanto, perdurable. En consecuencia, los mensajes SMS no pueden ser depósitos de la memoria (la función de "conservar y preservar" la lengua hablada que tuvo la escritura tradicional) porque su soporte no permite que se almacenen: la nueva escritura electrónica es efímera y se mantiene solamente el tiempo que se conserva en el archivo de mensajes (como en el correo o en los SMS) o el instante en que tarda en cambiar de pantalla (como en los chats). Y, sin embargo, nadie dudaría de su condición textual escrita. Pero ¿de qué tipo de escritura estamos hablando, entonces?

Una solución de compromiso es proponer que los nuevos medios tecnológicos utilizan una especie de "palabra oralizada" o de "oralidad escrita". Un híbrido que posee rasgos del código escrito (porque se lee) y rasgos del código oral en tanto que es perecedero y se desarrolla en un espacio de tiempo más o menos sincrónico; ahora bien, esta "oralidad escrita" o "ciberhabla" (neologismo que parece haber triunfado entre otros similares, pero menos afortunados)⁽¹¹⁾ no se mantiene de la misma manera en los medios citados; por ejemplo, el chat está más próximo al ámbito oral que el correo electrónico ("escribimos" correos electrónicos, pero "hablamos" en el chat), mientras que en los mensajes SMS de los teléfonos móviles se produce una sugerente combinación entre los rasgos escritos y orales-coloquiales. Por ejemplo, las mayúsculas se aprovechan para marcar o reproducir determinadas cualidades vocales o psicológicas, como el grito, el enfado o la indignación: Toi JARTITA trbjr!!!! ("¡Estoy hartita de trabajar!").⁽¹²⁾ Menos frecuente es el empleo de asteriscos: k *molvds* *olvdme* duna vz ("Que me *olvides*, *olvidame* de una vez") o la separación con espacios: es m u y xro ke m u y imprtnte ("es *muy* pero que *muy* importante").

2. Academias de lo urgente

2. Acdmias de lo urgnt

El enorme éxito que entre los jóvenes (y no tan jóvenes) han tenido los SMS y la dificultad que en ocasiones entraña su interpretación por el empleo de abreviaturas, reducciones y condensaciones ha favorecido la aparición de diccionarios de mensajes que incluyen recomendaciones estilísticas, traducciones o consejos que deben seguirse si se pretende que la comunicación sea comprensible y eficaz.⁽¹³⁾ Como si fueran Academias de la

Lengua, a los diccionarios de mensajes SMS les corresponde la función de velar por el nuevo idioma y unificar criterios. A este respecto, son significativas las declaraciones del director de Genie España en la presentación de El *diccionario en español de Genie* (www.genie.es), uno de los primeros diccionarios on-line de lenguaje SMS que apareció el año 2001:

“En línea con nuestra política de dar solución a las principales necesidades de los usuarios, hemos considerado oportuno poner a su disposición esta innovadora herramienta. Creemos que no sólo ayudará a que compongan sus mensajes más fácil y rápidamente, sino que pretendemos que sirva también para unificar las múltiples versiones que existen de muchos términos de uso frecuente”.

Las recomendaciones, que generalmente pasan por irreverentes o simpáticas, muestran una coincidencia asombrosa en casi todas las lenguas. La prestigiosa revista *Wired*, por ejemplo, publicó en 1997 un diccionario⁽¹⁴⁾ en el que se recogen varios principios del comportamiento en Internet y entre estas prescripciones merecen un comentario especial las dedicadas a la escritura: a) “en *Wired* escribimos chiflado y en el lenguaje de la calle (...) celebramos el uso coloquial”; b) “‘Haga crecer el lenguaje’. Esto supone dar la bienvenida a los neologismos, simplificar la ortografía, evitar las mayúsculas”; c) “Dé la bienvenida a la incoherencia (...) Juegue con la gramática y la sintaxis”.

Tales recomendaciones no tendrían mayor trascendencia si se propusieran como una actividad lúdica simplemente, pero la cuestión empieza a ser preocupante desde el momento en que se convierten en “manuales de estilo de la Red” prescribiendo una variedad que no tiene por qué ser exclusiva ni única, pues evidentemente ni todos nos comunicamos de la misma manera ni la informalidad a la hora de escribir debe ser una regla. El hecho de que en los SMS se utilice una escritura condensada, acronímica y plagada de abreviaturas extrañas, además de depender de las razones técnicas (y sociales) que analizaba supra, no es más que el resultado de la complicidad entre emisores y receptores, como se verá a continuación. Sin embargo, aunque los usuarios no se atienen a reglas fijas para construir sus mensajes e incluso combinan varias posibilidades gráficas en el mismo texto, los SMS analizados responden a una cierta homogeneidad estilística que comentaré a continuación.

2.1. Puntuación, mayúsculas y acentuación: las normas de puntuación no se respetan, a pesar de que son un mecanismo excelente para reflejar de forma escrita la prosodia y el paralenguaje del habla y segmentar las construcciones gramaticales. Los signos de interrogación y exclamación –quizá por influencia del inglés– se escriben solamente al final y su posición –invertida o no– es irrelevante; no lo es, sin embargo, su repetición para marcar el énfasis:

Xc@s!!!!!! Iros prprnd q nos vamos dexcursion!!!!!!!!!!

(¡Chicos/as iros preparando que nos vamos de excursión!)

En los primeros modelos de teléfono móvil los mensajes de texto se escribían en letras mayúsculas porque era la opción predeterminada. Los modelos actuales disponen de las dos opciones (mayúsculas y minúsculas), pero no suelen intercalarse en el mismo mensaje a no ser que se pretenda conseguir un efecto gráfico llamativo:

(14)

Branwyn, G. (1997): *Jargon watch. A pocket dictionary for the jitterati*, San Francisco, HardWired. El curioso nombre “jitterati” significa, según el autor, “Fear and anxiety associated with not knowing the latest jargon, acronyms, and buzzwords of the Digital Revolution”.

ChUcHaS pA yÁ xA tOdAs AqUeLLaS q vAyAn A cHuChEar aL pAsEo FlUvial, uN sAIUdIIIIO dE uN ChUcHO (UE3)

(Chuchas para allá; para todas aquellas que vayan a chuchar al paseo fluvial; un saludillo de un chucho)

Las mayúsculas también se utilizan para enfatizar parte de la información transmitida:

Mxa srte en los exmns!!!! y dsps BADAJOZ Y CARNAVALES!!! (UE16)

(¡Mucha suerte en los exámenes! Y después ¡Badajoz y Carnavales!

Xa ti d mi. BESOSSSSSS (UE16)

(Para ti de mí. Besos)

Aunque el procedimiento habitual para marcar el énfasis es la repetición de uno o más caracteres:

xra el hmbrr ke smpr avisa. Saaaaaaaaaaaaaaaaanntiiiiiiiiiiiiiiiiiiii

qvaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaa!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!! (UE1)

(Para el hombre que siempre avisa. ¡Santi, que va!

A pesar de que los nuevos modelos disponen de vocales acentuadas en la tecla correspondiente a cada vocal, no es frecuente encontrar palabras acentuadas, salvo algunos términos “técnicos” (nombres de asignaturas, lugares, títulos de películas, etc.) ajenos al tono fático y apelativo de los SMS; pero no siempre ocurre así, como en los ejemplos del apartado 2.2.: inrgnk, emprsarials (inorgánica, empresariales).

Xra ese pdzo rubia de filología inglsa (UE20)

(Para ese pedazo de rubia de Filología Inglesa)

Bsco a la d Biología q escribí la smana psad xa dcirle q si podms slr. 1sl2 a 2º biología (UE20)

(Busco a la de Biología que escribió la semana pasada para decirle que si podemos salir. Un saludo a 2º de Biología)

La ausencia de acentos se explica por pura economía pues, aunque el teclado ofrezca esta posibilidad, el número de veces que hay que pulsar para marcar la vocal correctamente acentuada es superior al número de veces que se pulsa la vocal sin acento.

2.2. Los SMS suelen omitir las vocales (excepto en aquellos casos en que se genere ambigüedad) porque son fácilmente recuperables en el contexto de la palabra:

1 bsz grnd pa mi grpo de praktiks d inrgnk (UE1)

(Un besazo grande para mi grupo de prácticas de inorgánica).

vnte pal 5D y tarems 1d nstrs tartas q tnto sbms q t gstn. Bssss (UE3)

(Vente para el 5º D y te haremos una de nuestras tartas que tanto sabemos que te gustan. Besos)

Ficdds pa la tia +chula demprsarials (Patri), el juevs mosca (UE3)

(Felicidades para la tía más chula de empresariales (Patri), el jueves mosca)

Este procedimiento -conocido con el nombre de principio de acrofonía- ya se empleó en los primeros alfabetos fenicios, sistemas que no incluían grafías específicas para las vocales porque su reducido número permitía que se

recuperasen fónicamente a partir del sonido de la consonante. Nótese que es el procedimiento que suele emplearse para deletrear nombres en otra lengua o nombres extraños: Gimperz > G de Gerona, I de iglesia, M de mano, etc. Evidentemente, las lenguas que disponen de un sistema vocálico más amplio (como el alemán, por ejemplo) no permiten con tanta facilidad la supresión.

2.3. La rapidez con que se redactan los SMS explica que algunas grafías dobles se reduzcan a una sola (como el caso de LL > L; RR > R; CC > C) o que, en un curioso ejercicio fonético, se transcriban por otras acústicamente equivalentes: LL > Y; CH > X; QU, C > K; grupos de velar G+vocal > W. La grafía H, claro está, desaparece. No obstante, la <qu> presenta algunas vacilaciones entre K y Q (sin vocal):

1 saludo pa esas niñatiys de 21 añs (UE3)

(Un saludo para esas niñatillas de 21 años)

slo dcirte q ers lo mjr q m a pasad n la vid y q grcias a ti sonrio kda dia xp m das fuerz xa sr+fliz a tu lad... (UE1)

(solo decirte que eres lo mejor que me ha pasado en la vida y que gracias a ti sonrío cada día porque me das fuerza para ser más feliz a tu lado...)

Ya keda -xa ese supr find junts en esa pdazo de tinda d kmpañ!! ya as aprndido a montarla? jaja (UE1)

(¡Ya queda menos para ese super finde juntos en esa pedazo de tienda de campaña! ¿Ya has aprendido a montarla?)

Xa q veas q macuerdo de ti!!!! 1 beso q tines kaprobr! (UE1)

(¡Para que veas que me acuerdo de ti! ¡Un beso, que tienes que aprobar!)

para las q mas kiero, por muxo q me claven puñalaaas, no viviria sin ellas, xp soy+xulo q un 7 (UE1)

(para las que más quiero, por mucho que me claven puñaladas, no viviría sin ellas, porque soy más chulo que un siete)

Cntns alg q ultmmnte nos tins poco informadas (solo 1 par de xinxoreos al dia) (UE3)

(Cuéntanos algo que últimamente nos tienes poco informadas (solo un par de chinchorreos al día)

ola wapo, kers + wapo ke wapo (UE3)

(Hola, guapo, que eres más guapo que guapo)

2.4. Los signos matemáticos y las cifras valen por lo que significan (+trd “más tarde”, x “por”, txo d- “te echo de menos”) o por su sonido (2 “dos” > sl2 “saludos”). También en otras lenguas: en italiano, 6 equivale a la segunda persona del verbo ‘essere’, de forma que un mensaje como xk 6 :-(< se lee “perchè sei triste?”

Pero estos valores no son constantes: por ejemplo, el 2 puede leerse en inglés (two = tú) para aludir al pronombre de segunda persona (ers2? “¿eres tú?”); el signo x, en una aplicación sui generis del principio de rebus y del principio de acrofonía, se utiliza para escribir aquellas sílabas que suenan de manera semejante a “por”: así, si xq ha de leerse “porque”, xa se leerá “para”, xo “pero” y xdon “perdón”.

ke la gnte sesprese y sulten ls d+ en propinas (UE1)

(Que la gente se exprese y suelten los demás en propinas)

xA to2 los romntics q van al fauno con flores (UE1)

(Para todos los románticos que van al Fauno con flores)

nstudis + ke sras 1 muermo kn +títulos ke t2 jnts (UE16)

(No estudies más que serás un muermo con más títulos que todos juntos)

2.5. Para reducir caracteres y acumular más información, los espacios entre palabras se suprimen, dando lugar a una expresión multiléxica de tipo polisintético: asc (“al salir de clase”), ca (“cuanto antes”), ktps? (“qué te pasa?”), nhfqc (“no hace falta que contestes”), qt1bd (“que tengas un buen día”), tblg (“te veo luego”), tkrm (“tengo que irme”).⁽¹⁵⁾ Como se observará, las expresiones multiléxicas reflejan un tipo de lenguaje estereotipado (“empaquetado”) que incluso se archiva entre los mensajes más corrientes por su frecuente uso. En la misma línea que los mensajes anteriores se encuadran los mensajes predefinidos del tipo: mi número, llámame, cita, imensaje recibido!, le llamaré más tarde, feliz cumpleaños, lo siento, llegaré más tarde. Además de esta selección de encabezamientos, existen en el mercado modelos que incorporan un sistema predictivo basado en la estadística de las combinaciones fonéticas más frecuentes para simplificar la composición de mensajes. Por ejemplo, para escribir “hola”, bastaría con teclear las primeras letras de la palabra mediante las teclas alfanuméricas: primero GHI y después MNO. A continuación, varias palabras, entre las que se encuentra “hola”, aparecen en la parte superior de la pantalla y se selecciona la opción deseada. En líneas generales, y salvo que el teléfono móvil se programe expresamente para incluir otras palabras en su base de datos, los mensajes predefinidos responden a la comunicación fática-telefónica más habitual, como saludos, despedidas o mensajes de contacto. En el corpus de SMS universitarios no suelen aparecer, salvo en los mensajes amorosos: TKM (Te quiero mucho), AILVU (I love you).

2.6. Quizá por la influencia del sistema para tomar apuntes en clase en los SMS recogidos se incluyen bastantes abreviaturas:

Tas decidio final/????? Tapnts o no? (UE20)

(¿Te has decidido finalmente? ¿Te apuntas o no?)

Finde tope. Musika, birrits. Yakabao!!!!!! (UE16)

(Fin de semana tope. Música, birritas. ¡Ya he acabado!)

Entre los adolescentes suelen emplearse determinadas abreviaturas que implican la interposición de códigos culturales que les son cercanos, como los de las asignaturas, el ocio y, sobre todo, el inglés: de la química, por ejemplo, adoptan la denominación metafórica de algunos elementos (k pb! “iqué plomo!”), de la biología la combinación de cromosomas para indicar el sexo (XX “chica”, XY “chico”) y del inglés, o bien importan directamente algunas expresiones (FX “cine”), o bien las adaptan fonéticamente (plis “please”; 4U “for you”, ailvu “I love you”, thx “thanks”, X “kiss”). Pero, como opina Gregorio Salvador (www.movitienda.com/noticias/14171.htm): “la simplificación de la escritura se ha hecho siempre, con carácter general, para entenderse. Y en este caso [se refiere al lenguaje abreviado de los SMS] es más reducido porque es

(15)

Esta tendencia se aprovecha incluso para dar nombre a algunos programas: OT (Operación triunfo); CQC (Caiga quien caiga); UPA (Un paso adelante).

un asunto entre dos que se comunican y pertenece a un código más personal. La escritura abreviada es tan antigua como la escritura misma (...) Llevamos siglos abreviando la escritura y eso no quiere decir nada, sólo que ahora hay otros procesos que se están adaptando a las últimas tecnologías”.

3. A modo de conclusión

3. A modo de conclusión

Nos enfrentamos a una nueva forma de escritura que opera mediante la esquematización y simplificación de los contenidos representados. Es cierto que la esquematización siempre ha existido como pauta de abstracción de los objetos reales y como instrumento para construir categorías. Pero lo que ahora está sucediendo es que estos procedimientos de abstracción se han generalizado además como una particular forma de comunicación a medio camino entre lo textual (escrito) y lo oral. El simple hecho de que gran parte de las siglas y abreviaturas de las conversaciones SMS se utilicen fuera de su marco comunicativo es ya un indicio de que la cuestión no es banal y sobrepasa la mera dimensión ocurrente o simplista con que se suele tratar. El problema es si tal reducción esquemática puede constituir e imponer categorías mentales, como parece que está sucediendo, y no sólo entre los adolescentes. ¿Hasta qué punto afectará a nuestra capacidad para procesar las diferencias lingüísticas formales si éstas se reducen drásticamente?, ¿de qué código lingüístico hemos de partir para tener la certeza de que nuestros mensajes serán inteligibles? Será inevitable que las frases sean cada vez más breves y se limiten a la expresión de la mera acción o estado y, en consecuencia, se suprimirán las oraciones más complejas. Curiosamente, las únicas estructuras complejas que se envían son completivas desiderativas con “que”, causales y finales. Subordinación de las emociones, los motivos y los fines, las necesidades primarias de todo acto de comunicación.

Dice una usuaria de 17 años a punto de examinarse de selectividad: “Antes tenía menos dudas. Nunca pensé que dudaría entre poner y o ll, o comerme haches por todas partes. Eso es de hacerlo en el móvil constantemente, luego vas a escribir normal en un examen y cuesta adaptarse. Lo asumes como la forma normal de escribir”. Y su profesor de Lengua afirma: “Lo que hemos observado es que cada vez les cuesta más conjugar formas complejas de los verbos. El subjuntivo prácticamente no se ve en los exámenes. En los mensajes todo es presente, rápido, todo muy inmediato; no se usan tiempos pretéritos ni apenas futuros. Así que todo es “estoy, soy, sé, veo”: Pero cuando hay que poner formas como “si hubiera estado”, por ejemplo, ya es un mundo para muchos alumnos”; puede leerse en

www.perspectivaciudadana.como/edicion_290601/ciencia1.htm).

Cabría preguntarse también si la eficiencia fática compensa la pérdida de contenido, resuelve las ambigüedades, suple el apoyo del contexto y permite las inferencias y los juegos lingüísticos. Probablemente la respuesta sea no.

Por otra parte, es interesante plantear que si la creación de estas expresiones tenía como objetivo compensar las limitaciones técnicas que se mencionaban al principio, sería lógico pensar que una radical innovación tecnológica las

dejara obsoletas. Como anuncian Cotton y Garret (1999: 14) “lo mejor está por venir, todavía no hemos visto nada”: la integración –cada vez más real- de todas las modalidades de comunicación (visual, sonido, imagen, además de sensaciones táctiles, olfativas y gustativas) tendrá una repercusión lingüística que está aún por determinar. Sin embargo, da la impresión de que los grandes avances tecnológicos en el ámbito de la comunicación son realmente los que van a la zaga del lenguaje, pues es el uso lingüístico el que está promoviendo el diseño y no a la inversa. A pesar de que se pueden enviar mensajes de voz y video por correo electrónico de forma rápida y económica o utilizar cámaras web en los chats, el número de usuarios sigue siendo muy bajo. Por eso resulta cuanto menos irónico que este lenguaje abreviado y disortográfico que ahorra tiempo y dinero sobreviva y se imponga a cualquier revolución tecnológica.

Para no terminar incurriendo en juicios apocalípticos sobre la influencia de las nuevas tecnologías, quizá convendría aceptar que tal vez nuestro punto de vista prescriptivo sobre el lenguaje es erróneo. Es innegable que está surgiendo un cuarto medio de comunicación muy complejo entre lo oral, lo escrito y lo gestual con los que comparte determinados rasgos⁽¹⁶⁾ sin identificarse totalmente con ninguno de ellos; pero, aunque es muy improbable que este cuarto medio suplante a los ya existentes, parece fuera de discusión que se producirán cada vez con mayor frecuencia situaciones mixtas que modificarán, a su vez, los límites –ya de por sí inestables- entre los medios. De todas formas, esta situación no debería desencadenar la crítica exacerbada, pues ya contamos con ejemplos similares de hibridación de códigos entre lo escrito, lo oral y lo gestual. Es mucho más preocupante la actitud de quienes defienden que –aunque sea en la pantalla y burdamente- cada vez leemos y escribimos más. El hecho de que la inmediatez que gobierna la composición de estos mensajes se refleje en una escritura disortográfica de contenido superficial es una cuestión que no debe justificar en absoluto su uso fuera de este medio ni por razones de expresividad. Si se alienta y prescribe la informalidad como norma, la disortografía frente a la escritura ortográfica se comete el grave error de juicio de reducir la enorme riqueza que tienen todas las manifestaciones lingüísticas del ser humano. Si la ciberhabla es un cuarto medio debería, cuanto menos, dejar abiertas todas las posibilidades.

(16)

Como sugiere Crystal (2002: 273): “El habla de la Red es un acontecimiento de significado milenario, puesto que en la historia de la humanidad no surge muy a menudo un nuevo medio de comunicación lingüística”.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Baron, N. S.** (2000): *Alphabet to email*, Londres, Routledge.
- Beneduci, L.** "Il fenomeno Sms: tra comunicazione, creatività e business", en www.apogeeonline.com.
- Cortellazzo, M.A.** (2000): "Oralità, concisione, assenza di sintassi: le caratteristiche di una scrittura "allegria", *Corriere de la Sera*, 19 de agosto 2000, p. 29.
- Cotton, B. & Garret, M.** (1999): *You ain't senn nothing yet: the future of media and the global expert system*, London, Institute of Contemporary Arts.
- Cristal, D.** (2002): *El lenguaje en Internet*, Madrid, Cambridge University Press.
- De Sandoval, P. X.** (2001): "Aprender a 'describir'", *El País*, 10 de junio, pág. 29.
- Elmer-Dewitt, Ph.** (1994): "Bards of the Internet", *Time*, 4 de julio, págs. 66-67.
- Ferrara, K., Brunner, H. & Whittemore, G.** (1991): "Interactive written discourse as an emergent register", *Written Communication*, 8/1, págs. 8-34.
- Gilder, G.** (2000): *Telecosm: how infinite bandwidth will revolutionize our world*, New York, Free Press.
- Hale, C. & Scanlon, J.** (1999): *Wired style: principles of English usage in the digital age*, New York, Broadway Books.
- Malkiel, Y.** (1993): *La configuración de las letras como mensaje propio*, Madrid, Visor.
- McLuhan, M.** (1962), *La galaxia Gutemberg*, Barcelona, Círculo de Lectores, 1993.
- Mayans i Planells, J., "Cosos dites, cosos fetes. Distincions i matisos per al bastiment de sociabilitats online", en <http://cibersociedad.rediris.es>.
- Millán, J. A.** (2001): *Internet y el español*, Madrid, Fundación Retevisión.
- Morala, J. R.**, "Entre arrobas, eñes y emoticones", en <http://www3.unileon.es/dp/dfh/jmr/>. Véase en la misma dirección el interesantísimo estudio "Símbolos culturales e iconos de idioma en Internet".
- Neumann, B.** (1999): *Dialogue analysis and the mass media*, Niemeyer.
- Ong, W. J.** (1982): *Orality and Literacy. The Technologizin of the Word*, London, Methuen.
- Poole, V. & Lloyd, J.** (2001): *mnsjs d txtto. Diccionario de mensajes y :-:) para móviles*, Barcelona, Plaza & Janés Editores.
- Ripoll, J.L. & Moreno de los Ríos, B. (dirs.)** (2000): *Diccionario de telefonía y comunicaciones móviles. Con equivalencias en el español de América y en inglés*, Universidad Antonio de Nebrija/Fundación Airtel, Madrid.
- Salvador, G. & Lodaes, J. R.** (1996): *Historia de las letras*, Madrid, Espasa-Calpe.
- Serra, M.** (2002): *Verbalia.com*, Barcelona, Península.
- Tusón, A.** (1997): *Análisis de la conversación*, Barcelona, Ariel.
- Vocabulario de telefonía y comunicaciones móviles. Español-inglés. Inglés-español* (1998): Madrid, Universidad Antonio de Nebrija / Fundación Airtel.
- Yus, F.** (2001): *Ciberpragmática. El uso del lenguaje en Internet*, Barcelona, Ariel.

