

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO**

**CARRERA:
COMUNICACIÓN SOCIAL**

**Trabajo de titulación previa a la obtención del título de
LICENCIADAS EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA:
ANÁLISIS DE LAS NEO-EXPRESIONES UTILIZADAS EN REDES SOCIALES
COMO “FACEBOOK Y TWITTER” POR ADOLESCENTES DE 12 A 17 AÑOS
EN EL COLEGIO SEBASTIÁN DE BENALCÁZAR.**

**AUTORAS:
GRACE ESPERANZA MELO LARCO
AGLAYA VANESSA VARGAS SILVA**

**DIRECTORA:
JOHANNA FRANCISCA ESCOBAR TORRES**

Quito, agosto del 2014

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Nosotras, autorizamos a la Universidad Politécnica Salesiana la publicación total o parcial de este trabajo de titulación y su reproducción sin fines de lucro.

Además declaramos que los conceptos, análisis desarrollados y las conclusiones del presente trabajo, son de exclusiva responsabilidad de las autoras.

Quito, agosto de 2014

Grace Esperanza Melo Larco
1713273900

Aglaya Vanessa Vargas Silva
0201854296

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de grado, principalmente a mis padres, por confiar en mí y ser el pilar fundamental en mi formación profesional. Gracias Padre y Madre, a mis hermanos, Anita, Mao, Tannya y Yuri, quienes me han impulsado con sus palabras para que crezca y logre mis objetivos, a mis sobrinos Kamile, Nicole y Alejo, que con su cariño y amor me han hecho muy feliz, además dedicó este triunfo a mi prima Valentina quien siempre ha estado a mi lado y que me ha apoyado incondicionalmente en todo como una hermana. Por último a mi compañera de trabajo y una amiga incondicional Grace, que juntas hemos logrado un objetivo más de vida.

Aglaya Vargas Silva

DEDICATORIA

Esta tesis de grado está dedicada a DIOS, por darme la vida a través de mis queridos padres *Luis* y *Sonia* quienes con mucho cariño, amor y ejemplo han hecho de mí una persona con valores para poder desenvolverme como esposa, madre y profesional.

A mi esposo *Christian*, que ha estado a mi lado dándome cariño, confianza y apoyo incondicional para seguir adelante para cumplir otra etapa de mi vida.

A mis hijos *David* y *Antonella* que son el motivo y la razón que me ha llevado a seguir adelante día a día, para alcanzar mis más apreciados ideales de superación.

A mis hermanos *Yady*, *Luis*, *Sonny* y *María Fernanda* por siempre estar junto a mí y ayudarme a seguir adelante.

A mi abuelita *Albita* por ser la guía de mi vida, por sus consejos y apoyo en cada uno de mis pasos.

A mi compañera y amiga *Aglaya* por estar junto a mí en este gran objetivo que juntas nos propusimos.

Grace Melo Larco

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Politécnica Salesiana por formarnos como unas profesionales en la carrera de Comunicación Social. A nuestra directora de tesis, magister Johanna Escobar, quien con su paciencia, amistad y esfuerzo nos ha sabido brindar sus conocimientos, su experiencia, nos ha motivado logrando la culminación exitosa de nuestros estudios.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1	3
COMUNICACIÓN VIRTUAL	3
1.1 Características de la comunicación virtual	5
1.1.1 Comunicación icónica en las redes	6
1.1.2 Entornos virtuales	7
1.1.3 Interacciones sociales.....	11
1.1.4 Cambios en la comunicación a partir de la evolución tecnológica.....	12
1.2 Herramientas virtuales de comunicación	14
1.2.1 Las redes sociales.....	14
1.2.2 Facebook.-.....	16
1.2.3 Twitter.-	18
1.3 La Influencia de las Redes Sociales en los adolescentes.	21
CAPÍTULO 2	24
CULTURA VIRTUAL	24
2.1 Interfaz de la virtualidad	28
2.2 La virtualidad del texto y lectura	30
2.2.1 Nuevas Tendencias Comunicacionales.....	32
2.2.2 Tendencias de la comunicación moderna	33
2.2.3 Transformación de la visibilización:.....	35
2.2.4 Contenido Simbólico	37
2.2.5 Cibercultura y Ciberespacio.....	39
2.2.6 Telépolis.....	41
2.2.7 Cibercultura.....	41
CAPÍTULO 3	44
DIAGNÓSTICO	44
3.1 Definición de la muestra	46
3.1.1 Alcance cualitativo y cuantitativo.....	47
3.2 Aplicación de encuestas	48
3.3 Resultados obtenidos	50

3.3.1	Tabulación de resultados.....	51
3.3.2	Lectura de resultados	55
3.4	Las Neo-Expresiones	56
3.4.1	Los Memes.....	59
3.4.2	Los Emoticones.....	60
	CAPÍTULO 4.....	63
	DESARROLLO DEL PRODUCTO.....	63
4.1	Medios Digitales	65
4.1.1	Medios sociales y su clasificación	65
4.1.2	Análisis del impacto y costos.....	67
4.2	Desarrollo de la propuesta del producto	68
4.3	Definición de blog y como funciona.....	69
4.4	Definición del producto	70
4.4.1	Creación del blog	70
	CONCLUSIONES.....	72
	LISTA DE REFERENCIAS	75
	ANEXOS	78

ÍNDICE FIGURAS

Figura 1. La conversación en las redes sociales.....	4
Figura 2. Graficas que expresan estados de ánimo	6
Figura 3. Proceso de creación y observación icónica	7
Figura 4. Entornos virtuales de aprendizaje	11
Figura 5. Evolución mensajes de texto Ecuador	13
Figura 6: Teoría de los 6 grados de separación entre las personas	15
Figura 7. El universo de redes sociales	16
Figura 8. Aplicaciones de Facebook	17
Figura 9. Redes sociales por región	17
Figura 10. Número de usuarios por red social en el mundo.....	18
Figura 11. Los hashtag	19
Figura 12. Audiencias de seguidores en Twitter.....	20
Figura 13. Ejemplo neo expresiones	23
Figura 14. El Hipertexto.....	26
Figura 15. La interfaz.....	28
Figura 16. Relación con la interfaz	29
Figura 17. El nuevo modelo de Comunicación.....	35
Figura 18. La semiósfera.....	38
Figura 19. La ciber-sociedad.....	42
Figura 20. Adolescentes de 12 a 17 años	50
Figura 21. Población femenina y masculina	50
Figura 22. Red social mayormente utilizada.....	51
Figura 23. Soporte tecnológico mayormente utilizado	52
Figura 24. Tiempo en redes sociales	53
Figura 25. Lenguaje usado en redes sociales	54
Figura 26. Uso de emoticones	54
Figura 27. Uso de memes.....	55
Figura 28. Los memes	60
Figura 29. Emoticones de Messenger de Facebook	61

Figura 30. Uso de emoticons.....	62
Figura 31. Concepto de medios sociales basados en la web 2.0.....	65
Figura 32 Blog neoexpresiones.blogspot.com	71

ÍNDICE TABLAS

Tabla 1 Total de la Muestra	47
Tabla 2. Ejemplos de lenguaje cotidiano	57
Tabla 3. Ejemplos de lenguaje en redes sociales	57
Tabla 4. Ejemplos de lenguaje expresivo.....	58
Tabla 5. Influencia de los medios digitales.....	68

RESUMEN

Las neo-expresiones utilizadas por los adolescentes en las redes sociales como “Facebook y Twitter” han abierto una integración de un nuevo lenguaje y pertenencia a un mundo virtual debido a la popularidad en el envío de mensajes por celular o internet; por lo tanto, se derivan nuevas culturas de expresión que dan a entender el significado de las abreviaturas, creando espacios íntimos.

Este nuevo lenguaje surge con la necesidad de comunicación rápida y efectiva por que se ahorra tiempo en diversos espacios, los que determinan nuevas tendencias, modas y pensamientos; se evidencian formas de relación y vinculación, a permitir de una autonomía colectiva, este lenguaje utilizado por los jóvenes adopta una posición dominante frente a su entorno social.

Hoy en día la era digital y el lenguaje va más allá de los límites de época por ello las instituciones educativas afrontan el reto de acoplar y explorar lo académico a un nuevo mundo de las tecnologías de comunicación.

La narrativa que se usa en redes sociales difiere del lenguaje común monopolizado formalmente en el ámbito laboral o educativo e informal, una forma son las conversaciones entre amigos a través de las redes, otra es inmediatez en el “feedback” y por último, la comunicación formal entre jóvenes y adultos por medio de las TICS.

Esta tendencia radica en decir, lo destacable en el mínimo espacio y tiempo posible, la economía de las palabras se evidencia cada vez más a través de signos en las redes sociales, que dejan de lado la formalidad; incluso se visualiza que esto se convierte en un lenguaje común entendido en el entorno social, solo basta con mirar y descifrar por un momento los códigos para que sean entendidos.

ABSTRACT

This work analyses a new type of communication between young people that appears with massive penetration of internet. This new language is called “neo-expressions” and is used in social network like Facebook or Twitter. Neo-expressions are so popular due to the fact that young people keep connected anywhere and anytime with their smartphones, portable computers, or other devices. In addition, new ways of communication emerged with telecommunications an internet era for example short messages or instant messaging applications like whatsapp, viber.

This new language takes form from necessity of a fast and effective way to communicate what people feels, so neo-expressions create a fast way of writing and express emotions using symbols or abbreviations of language that saves time and creates trends, life styles and new thinking patterns. Also, neo-expressions creates new communication environments where people can create social and emotional links through virtual social networks.

Neo-expressions brings issues to communication because introduces modifications to writing language and varies formal way of writing. Neo-expressions omits or contracts letters to create abbreviations of words for example LOL that means “Laughing Out Loud” or symbols like ☺ that express happiness.

This study takes a sample from an educational center from Quito to evaluate how neo-expressions impacts on young people and how common is it usage. Study sample consists of young people from twelve to seventeen years old that have access to internet and be part of a middle social stratum. Aim of this study is to understand behavior and uses of neo-expressions in social networks.

INTRODUCCIÓN

En los últimos años hemos visto un cambio en los hábitos de comunicación de las personas especialmente en los jóvenes que buscan la inmediatez en sus comunicaciones. Este cambio en la comunicación empezó con la utilización de teléfonos celulares, especialmente cuando estos se masificaron y empezaron a brindar servicios de valor agregado como son los mensajes de texto, los cuales permiten enviar mensajes que no sobrepasen los 150 caracteres. Este limitante de 150 caracteres por mensaje de texto empezó a modificar los patrones de escritura de los jóvenes. Se empezó a acortar las palabras, modificar y/o omitir vocales y crear nuevas expresiones que permitieran una comunicación rápida y efectiva.

Es así como las neo-expresiones nacen debido a que son alternativas informales de comunicación en redes sociales, se han convertido en un medio masivo de información sobre el espacio del internet creando una subcultura en los adolescentes que adoptan códigos y posturas en el espacio virtual de las cuentas personales de Facebook y Twitter, además de ser códigos personales de interacción en el medio virtual, se evidencia la modificación y transformación de palabras y un notable desinterés en la aplicación de ortografía y reglas gramaticales, estas nuevas expresiones es una manera fácil e informal para comunicarse y escribir.

Esta nueva tendencia tiene una masificación y aceptación especialmente en los adolescentes ya que siguen estas líneas de comunicación a través de grupos de amigos, siempre han existido códigos especiales de comunicación entre los adolescentes para guardar el secretismo en los mensajes entre determinados grupos, ahora con la modernidad y la utilización del internet como herramienta de consulta y con utilización de perfiles personales nace las nuevas expresiones virtuales con el acortamiento de palabras y la construcción de nuevos códigos transformados en palabras que comunican.

Debido a los avances tecnológicos que han permitido la introducción acelerada de nuevos aparatos electrónicos portátiles como teléfonos inteligentes (smartphones), computadores portátiles o tabletas con acceso a internet, la comunicación entre los adolescentes ha tomado un giro radical en los últimos años pasando de una comunicación interpersonal a una comunicación basada en las redes e internet, esta última se basa en aplicaciones de mensajería instantánea, correos electrónicos, mensajes de texto o redes sociales que a su vez se han convertido en los medios principales donde surgió la economía de palabras.

Las neo-expresiones utilizadas por los adolescentes en las redes sociales como “Facebook y Twitter” han abierto una integración de un nuevo lenguaje o pertenencia a un mundo virtual debido a la popularidad en el envío de mensajes por celular o internet;

por lo tanto se han derivado nuevas culturas de expresión que han llevado a entender el significado de las abreviaturas creando espacios íntimos.

Este nuevo lenguaje surge con la necesidad de comunicación rápida y efectiva ahorrando tiempo y espacio detonando nuevas tendencias, modas y pensamientos, desarrollando nuevas formas de relación llegando a una autonomía colectiva, este lenguaje utilizado por los jóvenes adopta una posición dominante frente a su entorno social.

Hoy en día vivimos una era digital y el lenguaje va más allá de los límites de época es por esto que las instituciones educativas deben afrontar el reto de acoplarse y explorar este nuevo mundo de la comunicación.

El idioma utilizado en redes sociales difiere del lenguaje común monopolizado formalmente en el ámbito laboral o educativo e informal, una forma es la comunicación entre amigos a través de las redes, otra es la comunicación entre amigos existiendo el feedback y por último la comunicación formal entre jóvenes y adultos.

El objetivo radica en decir lo máximo en el mínimo espacio y tiempo posible, los mensajes de texto por celular, los chat de BBM, WhatsApp y las redes sociales son cómplices de este fenómeno de escritura de tal forma que ahora es visto como una herramienta de expresiones masivas y vicios de la escritura generando una cultura digital nueva.

La economía de las palabras se evidencia cada vez más a través de las redes sociales dejando de lado la formalidad incluso se puede evidenciar que esto se ha convertido en un lenguaje común que puede ser entendido por el entorno social, solo basta con mirar y descifrar por un momento los códigos para que sean entendidos.

CAPÍTULO 1

COMUNICACIÓN VIRTUAL

“Es evidente que son grandes los avances que la comunicación ha experimentado durante la última década en nuestro país. Quienes, desde hace un tiempo atrás, estamos inmersos en las tareas comunicacionales somos observadores y actores de todo este cambio” (Mardones, 1999, pág. 19).

La comunicación virtual tiene una evolución acelerada por el progreso de los avances tecnológicos que son accesibles cada vez con mayor facilidad, es decir, hoy en día un gran porcentaje de los adolescentes entre 12 y 17 años utilizan las nuevas tecnologías en el diario vivir, en actividades como: realizar consultas, complementar deberes, estudiar, conocer nueva amistades, navegar por el ciberespacio y estar en perfiles de las redes sociales de sus conocidos e incluso desconocidos, allegados, gente de la farándula nacional e internacional, tiendas de ropa y demás sitios que ofrece el internet.

Las nuevas tecnologías forman parte de la vida de los jóvenes cada vez más: es importante destacar que la comunicación tradicional se acopló a una corriente tecnológica; variando sus beneficios de acuerdo a las necesidades que crea el uso del internet y las redes masivas, en donde se observa una escritura que muta por una comprensión inmediata.

Las TICS son parte fundamental en prácticas comunicativas, en una sociedad que se considera moderna desde la interacción de los jóvenes, especialmente esto transita con los adolescentes, se incluyen de una manera acelerada y agresiva inseparablemente de las nuevas tecnologías, pero son consumidores de medios virtuales y redes sociales; ahora forman parte de esta gran industria que se caracteriza por la interacción mediática entre los individuos.

Las nuevas tecnologías se utilizan para generar espacios virtuales y crean no-lugares que son compartidos por los adolescentes a través de recursos tecnológicos como: redes

sociales, teléfonos inteligentes, computadoras, tablets y demás inventos tecnológicos que se van evidenciando con la globalización para la comunicación; con esto las formas de interacción pasaron a ser de dos maneras: la primera que sería la presencial con una manera de presentación oral y estructura social; la otra, a través de la tecnología que puede ser formal con ciertos hábitos y variaciones, y la informal que conlleva a la creación de las nuevas expresiones y alteraciones del lenguaje con el tiempo de aceleración de la comunicación.

En el manejo de las nuevas tecnologías, el tiempo llega a transformarse en relativo y el lugar se vuelve intangible; con el espacio de las redes sociales como: Facebook y Twitter se ha favorecido a la aparición de nuevas plazas y particularidades de comunicación, además que el mundo se ha vuelto imperceptible a través de lo virtual por el tiempo relativo de los espacios temporales tangibles.

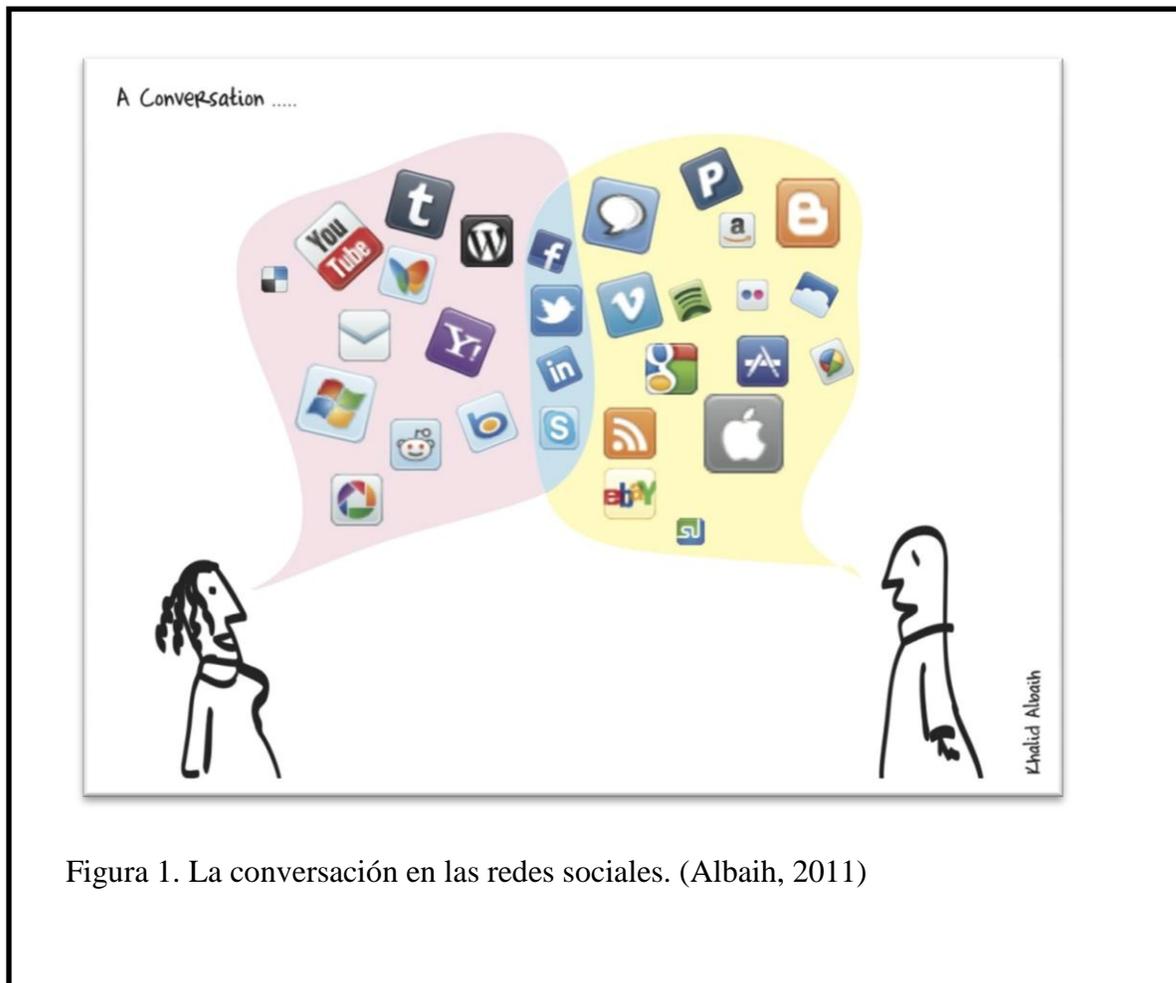


Figura 1. La conversación en las redes sociales. (Albaih, 2011)

1.1 Características de la comunicación virtual

Lo virtual

“Rheingold, define la comunidad virtual como “la agregación social que emerge de la Red cuando suficiente gente desarrolla discusiones públicas lo suficientemente largas, con suficiente sentimiento humano, formando redes de relaciones personales en el ciberespacio”. (Salinas, 2003, pág. 3)

La comunidad virtual es toda aquella que se encuentra ligada a través de redes mediáticas, ordenadores y puntos que interactúan de forma duradera y continúan con reglas preestablecidas por la virtualidad, esta comunidad se mueve a través del flujo de información, las redes proporcionan salidas aceleradas de información y sociabilización.

En definitiva, podemos considerar las ‘comunidades virtuales’ como entornos basados en la Web que agrupan personas relacionadas con una temática específica que además de las listas de distribución (primer nodo de la comunidad virtual) comparten documentos, recurso... Es decir, explotan las posibilidades de las herramientas de comunicación en internet. Estas comunidades virtuales serán tanto más exitosas, cuanto más estén ligadas a tareas, objetivos o a perseguir intereses comunes juntos. (Salinas, 2003, pág. 3)

La comunidad virtual consigue participar de intereses comunes con otros semejantes que se encuentren lejos de su país, ciudad o entorno lejano, mediante este tipo de medio de comunicación, la práctica y el aprendizaje es parte importante para el desarrollo de comunidades que alberga la red que comparten conocimiento, valores y metas con el objeto de lograr objetivos frecuentes.

1.1.1 Comunicación icónica en las redes

La comunicación icónica “no verbal” en las redes sociales y de interacción medial es fundamental para interpretar al otro y está ligada a la expresión de emociones, sensaciones, sentimientos, además dependiendo de cómo pueden comprender los gestos e imágenes podrían interpretar a los cyber-sujetos así:



Figura 2. Gráficas que expresan estados de ánimo. (Susana, 2012)

La comunicación en las redes de interacción masiva necesita de comunicación no verbal para que esta pueda expresar y denotar estados de ánimo.

El antropólogo Albert Mehrabian (1981) logró determinar que en ciertas situaciones, solo el 7% de la información se atribuye a las palabras, mientras que el 38% se atribuye a la voz (entonación, proyección, resonancia, tono, etc.) y el 55% al lenguaje corporal (gestos, posturas, movimiento de los ojos, respiración, etc.). (Jaramillo, pág. 4)

Es por esto que las redes sociales han establecido una tendencia de estados de ánimo, comentarios en fotos y signos que se pueden llegar a identificar como sentimientos sin que necesariamente tengan que ser observados o expresados de manera directa.

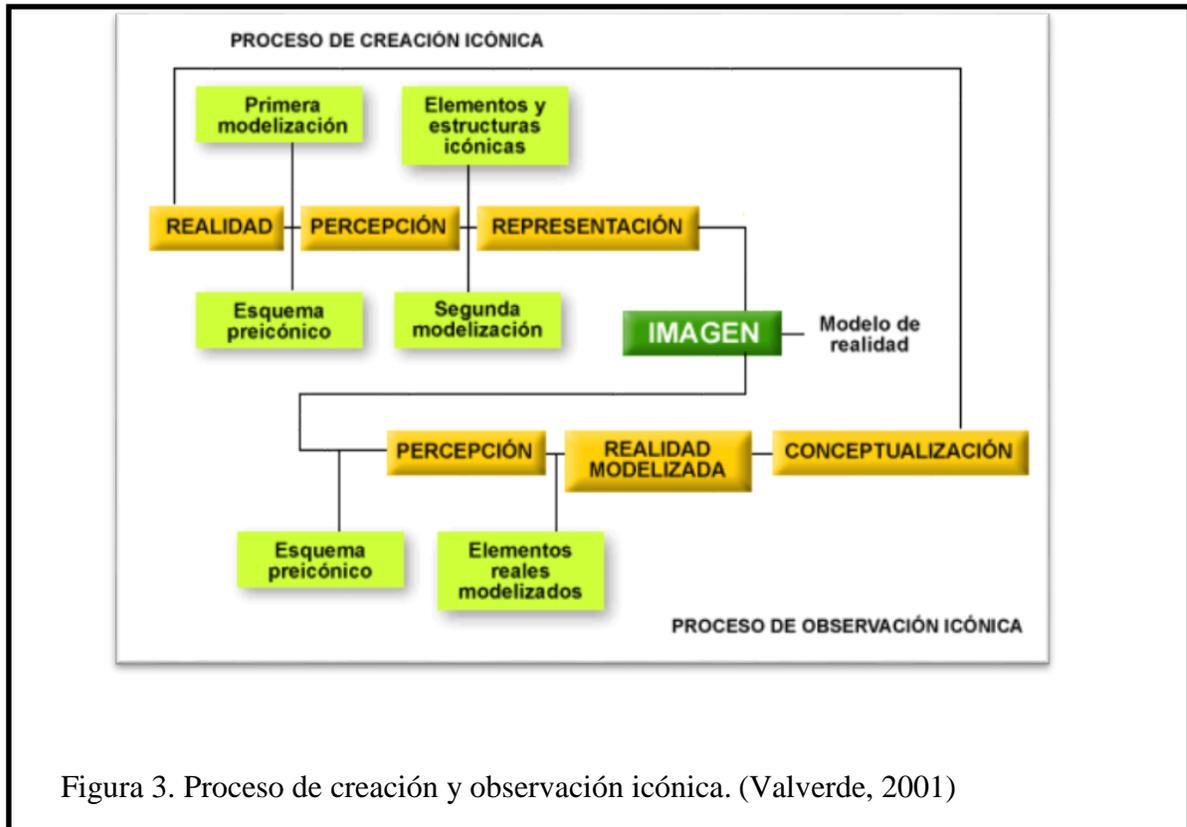


Figura 3. Proceso de creación y observación icónica. (Valverde, 2001)

1.1.2 Entornos virtuales

En los últimos años se han percibido un cambio en los hábitos de comunicación de las personas especialmente en los jóvenes que buscan la inmediatez en sus comunicaciones.

Este cambio en la comunicación empezó con la utilización de teléfonos celulares, especialmente con la masificación de los medios de comunicación, ya que empezaron a brindar servicios de valor agregado como son los mensajes de texto, llamadas gratis; por ejemplo en la red social “twitter” es permitido enviar mensajes que no sobrepasen los 140 caracteres, lo que llega a modificar los patrones de escritura de los jóvenes, empezando a acortar las palabras, modificar y/o omitir vocales y permitió la creación de nuevas expresiones que permitieran una comunicación rápida y efectiva, como dato

relevante se presta atención a un crecimiento en el uso de mensajes de texto en los últimos años, esta es la base de esta nueva corriente de comunicación.

Luego de los mensajes de texto, la evolución tecnológica hizo posible que los dispositivos portátiles como celulares y computadores tengan acceso a internet, la comunicación se extendió a estos dispositivos con aplicaciones de mensajería instantánea como ICQ, BBM, WhatsApp, Windows Messenger, Yahoo Messenger o Skype, es decir que también las modificaciones al lenguaje se empezaron a evidenciar en estas plataformas de comunicación masiva.

Este cambio tecnológico mostró nuevos espacios de interacción y empezaron a crear las primeras comunidades virtuales donde personas con intereses comunes compartían y comunicaban, estas comunidades posteriormente se llamarían redes sociales.

Las TICS dieron paso a la llamada era digital y en la cual surgieron nuevas formas de comunicación, las redes sociales forman parte de una de ellas, donde las personas podían relacionarse y compartir experiencias de interés común.

En esta era tecnológica nacieron dos grandes empresas que son: Facebook Inc. y Twitter que cambiaron la forma en que la gente se relaciona, interactúa, se conoce y se comunica.

En la actualidad Facebook y Twitter tienen un poder simbólico y de transformación, ya que se encuentran en constante evolución comunicativa. Existe una nueva tendencia de conceptos para la elaboración de mensajes que son difundidos mediante las redes sociales y esto ha concebido un impacto en las generaciones actuales dando origen a las nuevas expresiones.

Dentro del desarrollo de la comunicación a través del tiempo ha creado nuevas tendencias de tal manera que los individuos emplean habilidades y competencias para codificar y para decodificar los soportes técnicos, varias formas de conocimiento y presupuesto icónico y lingüístico que tienen relación directa con el medio que los rodea facilitando el desarrollo de la vida cotidiana.

El nuevo modelo de las neo-expresiones se caracteriza por la comunicación de masas a través de redes sociales, mensajes de texto y mensajería instantánea dando lugar a la distorsión y manipulación del lenguaje con: abreviaciones, códigos y símbolos, logrando así potencializar la depreciación del lenguaje, tomando así a la comunicación como algo superficial y rápida; esta nueva forma de comunicación de los jóvenes populariza de una manera negativa la construcción de códigos llevando así a la manipulación activa del mensaje, sin embargo no se puede olvidar que existen nuevas formas de interacción sociocultural.

La influencia de las redes sociales tiene mucho que ver en la conducta y comportamiento de las nuevas generaciones tanto en la escritura, habla y el pensamiento, las redes sociales otorgan: popularidad, anonimato, integración, igualdad, educación / mala educación, status, libertad y además permite a los individuos generar vínculos emocionales que, de una forma natural jamás existiría. “Los códigos de conducta varían según las épocas y la evolución de las sociedades, pueden sufrir modificaciones para adaptarse a nuevos contextos, y a menudo, también desaparecer, Sin embargo siempre habrá normas y códigos para regular la vida de la gente. Si unas normas caen en desuso, otras hacen su aparición para sustituirlas”. (Zecchetto, 2002, pág. 105)

Dentro de la comunicación cotidiana de los jóvenes existe el lenguaje educativo que es: maestro- alumno, el lenguaje informal que es entre amigos, el formal que es familiar y por último el lenguaje utilizado en las redes sociales como “Facebook y Twitter” además este tipo de lenguaje ha llegado a generalizarse teniendo un poder de influencia en los jóvenes llegando afectar a la conducta y comportamiento fuera del cyber-espacio, cyber-sociedad y cyber-cultura.

Las redes sociales permiten al individuo expresar sentimientos y emociones como: felicidad, amor, odio, resentimiento, pasiones, entre otras; es una necesidad de libertad ya que es un medio donde pueden decir sus pensamientos, decisiones, creencias, ideologías, costumbres y culturas.

“En el mundo virtual ya no existe totalidades ni límites en ese mismo sentido, su filosofía borra de plano toda discusión de acceso de selección, incluso de condiciones sociales de quienes están dentro de la cibercultura” (Mardones, 1999, pág. 82).

La comunicación trasciende en el tiempo generando nuevas subculturas de interpretación en cada individuo que percibe un mensaje de acuerdo a los códigos creados dentro de cada grupo o sub culturas.

Los adolescentes han transformado la forma de escritura de acuerdo a los intereses comunicativos hoy en día está en boga la mensajería instantánea dentro de la integración social y es así, como surgen las nuevas expresiones entre los jóvenes que son nativos digitales dentro de esta era de las tecnologías.

La mensajería instantánea nació como un mecanismo de comunicación fácil y rápida, pero hoy en día es un medio de comunicación diaria que pasó a suplantar la comunicación frente a frente entre personas, a tal punto de convertirse en una burbuja y en un medio de escape al espacio físico, ésta también ha sacrificado la escritura y ha insertado códigos para resaltar con emociones el feedback de las conversaciones.

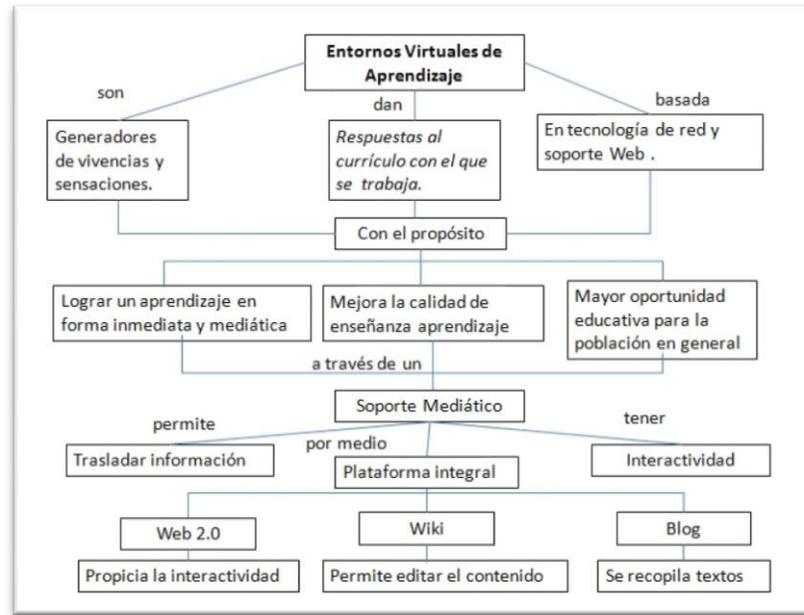


Figura 4. Entornos virtuales de aprendizaje. (Álvarez, 2011)

1.1.3 Interacciones sociales

Internet, no es, pues un medio centrípeto y jerarquizado, sino un medio centrífugo, horizontal y ramificado capilarmente, según el principio de la ubicuidad de los flujos de información y de la equiprobabilidad de las conexiones, que ha transformado la ilusión audiovisual- del cine y la televisión- de viajar con la mirada en la realidad de viajar con el pensamiento. (Gubern, 2000, pág. 122)

En los últimos años se ha vivido una evolución tecnológica sin precedente que modifica los patrones de comunicación de la sociedad.

Existen dos factores fundamentales en la evolución tecnológica que permiten que las personas estén interrelacionadas entre sí, el primero es la evolución de dispositivos móviles que permiten disponer de conexión a internet, el segundo es el apareamiento de nuevas formas de relación y de sentido de pertenencia que se creó a partir de las redes sociales.

Admitir que hoy vivimos en una época definida por las normativas estéticas laxas. Vivimos en una sociedad caracterizada, más que nunca en la historia por el eclecticismo y por una sensibilidad plural y poliédrica en materia de señas de identidad de signos externos en la esfera del vestido, del peinado, etc. (Gubern, 2000, pág. 47)

Las interacciones sociales son el común de los espacios públicos, hoy en día se ve grupos de jóvenes reunidos y todos interactuando a través de redes sociales con otras personas que no se encuentran dentro del “grupo”, ya no es necesario estar presentes en cuerpo, basta con estar conectados en línea, además que dentro de estos grupos tampoco es necesario la interacción entre ellos en vista que es sustituida por los aparatos electrónicos.

El ordenador cibernético nos enseña imágenes imaginarias. La llamada realidad virtual es una irrealidad que se ha creado con la imagen y que es realidad sólo en la pantalla. Lo virtual, las simulaciones amplían desmesuradamente las posibilidades de lo real; pero no son realidades”. (Sartori, 2002, págs. 36, 37)

1.1.4 Cambios en la comunicación a partir de la evolución tecnológica

Este cambio en la comunicación empezó con la utilización de teléfonos celulares, especialmente cuando estos se masificaron y empezaron a brindar servicios de valor agregado como son los mensajes de texto, los cuales permitirán enviar mensajes que no sobrepasen los 160 caracteres. Este limitante de 160 caracteres por mensaje de texto empezó a modificar los patrones de escritura de los jóvenes. Se empezó a acortar las palabras, modificar y/o omitir vocales y crear nuevas expresiones que permitieran una comunicación rápida y efectiva.

Como dato relevante se observa un crecimiento en el uso de mensajes de texto en los últimos años, esta es la base de esta nueva corriente de comunicación.

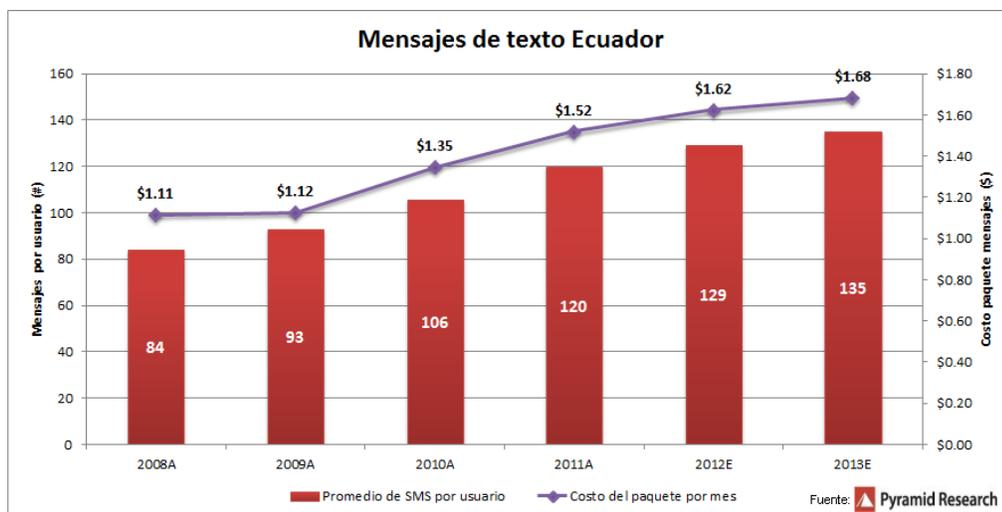


Figura 5. Evolución mensajes de texto Ecuador. (Latin America Forecast 2012)

Con el acceso a internet y los mensajes de texto, la evolución de los dispositivos portátiles como celulares y computadores se extendió a estos dispositivos con aplicaciones de mensajería instantánea como Messenger de Facebook, WhatsApp, Skype, Line, Viber, etc. creando modificaciones en el lenguaje.

Este cambio tecnológico creó nuevos espacios de interacción y se empezaron a observar las primeras comunidades virtuales donde personas con intereses comunes compartían y comunicaban, estas comunidades posteriormente se llamarían redes sociales. Además el uso de las TICS dieron paso a la era digital y surgieron nuevas formas de comunicación con la interacción por las redes sociales fueron una de ellas, donde las personas podían relacionarse y compartir experiencias de interés común.

En esta era tecnológica nacieron dos grandes empresas que son Facebook Inc. y Twitter que cambiaron la forma en que la gente se relaciona y se comunica, que incluso tienen un poder simbólico y de transformación ya que se encuentran en constante evolución comunicativa. Existe una nueva tendencia de conceptos para la elaboración de mensajes que son difundidos mediante las redes sociales y esto permite un impacto en las generaciones actuales dando origen a las nuevas expresiones.

1.2 Herramientas virtuales de comunicación

1.2.1 Las redes sociales

Las redes sociales han existido desde todos los tiempos tomando en cuenta ya que el ser humano tiene un instinto primario de agruparse o relacionarse con otros que comportan sus gustos, sentimientos, intereses, ideales, etc. Esta necesidad de relacionarse ha dado lugar en el tiempo a la formación de comunidades que tiene intereses o ideales comunes, considerando que dentro de una sociedad “oral” como la nuestra se necesita tener un tipo de interacción. Los avances tecnológicos permitieron que estas comunidades migren al mundo digital y así fue como empezaron a nacer las redes sociales como hoy las conocemos.

Además las redes sociales actuales aparecieron con la necesidad de mantenerse comunicados por ejemplo con: familia, amigos, compañeros de trabajo, del chisme, del contar y mostrar el círculo social e indicar el diario vivir, etc. esto dio lugar a espacios de comunicación que rebasaron fronteras y que permitieron romper las barreras de la distancia, por ejemplo una persona puede estar al tanto de todo lo que ocurre con el círculo íntimo aun cuando esté a kilómetros de distancia.

“En un sentido más académico, una red social es una estructura social formada por personas o entidades conectadas y unidas entre sí por algún tipo de relación o interés común. El término se atribuye a los antropólogos británicos Alfred Radcliffe-Brown y Jhon Barnes”. (Ponce, 2012)

Existe una serie de teorías referentes a las redes sociales por ejemplo: el sociólogo Duncan Watts creó una teoría en la que indica que todas las personas del mundo están relacionadas entre sí a través de una cadena de conocidos que no tiene más de 5 intermediarios, a esta teoría se la conoce como la teoría de los 6 grados de separación.

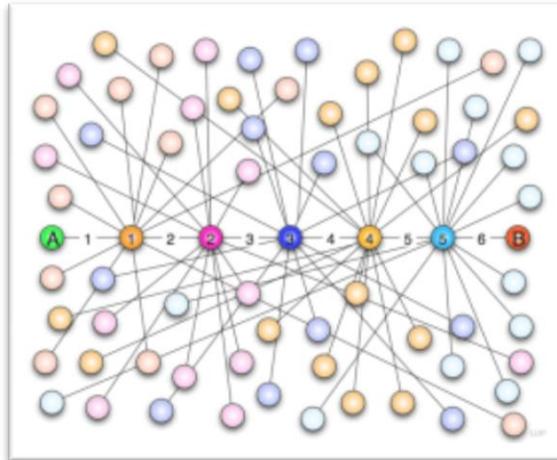


Figura 6: Teoría de los 6 grados de separación entre las personas. (Ponce, 2012)

Según Isabel Ponce (2012), en su monografía sobre las redes sociales, al día de hoy el concepto de redes sociales abarca una serie de servicios o aplicaciones que existen en internet. Podríamos clasificarlos en grandes grupos como: (Ponce, 2012, pág. 4)

Las Redes.- son sitios en internet que permiten conectar a las personas y compartir contenidos en esta categoría se encuentra Facebook, Myspace, LinkedIn, etc

Microblogging.- son sitios o aplicaciones en internet que permiten publicar actualizaciones cortas que son vistas por otras personas, el más famoso de estos servicios es Twitter.

Blogs.- son diarios en internet en los cuales las personas publican sus experiencias y reciben comentarios de otras, ejemplos de estos servicios son blogspot o wordpress.

Wikis.- Son comunidades de conocimiento, se podría decir que son como bases de datos comunales que cualquier persona puede editar su contenido, el servicio más conocido es Wikipedia.

Contenidos.- son sitios de internet en los cuales los usuarios comparten diferentes tipos de contenidos. En el caso de imágenes el servicio más visitada es Flickr, para

preferencias musicales existen comunidades como last.fm y finalmente para videos la comunidad mayormente visitada es: youtube.

Para estar en todas estas redes basta con tener una cuenta de correo electrónico en yahoo, Hotmail, gmail, entre otras más, para formar parte del ciberespacio.

En la actualidad existen más de 200 redes sociales en el internet cada una con gran número de seguidores y enfocada a públicos distintos.



Figura 7. El universo de redes sociales. (Bermúdez, 2013)

1.2.2 Facebook.-

Según la página web Scribd, la red social más popular con decenas de funciones y una extensísima colección de aplicaciones personalizadas, pionera en el campo y muy sencilla de usar. Nació en un campus universitario Harvard en el año 2004 con la finalidad de unir a alumnos y profesores y se extendió rápidamente hasta el uso abierto a todo el mundo en el 2006 con la única condición de tener más de 13 años y disponer de una cuenta e-mail válida.

- Algunos datos relevantes de Facebook:
- 901 millones de usuarios activos al mes
- 300 millones de fotos subidas al día
- 125 billones de listas de amigos
- 3.2 billones de likes por día

Facebook ha tenido una gran acogida debido a que dentro de una misma red social tienen varias aplicaciones que permiten estar en constante interacción con la red de contactos. Entre las principales aplicaciones tenemos:



Figura 8. Aplicaciones de Facebook. (Ponce, 2012)

Facebook tiene la mayor penetración de usuarios en el mundo y es la principal aplicación de redes sociales en todo el mundo.

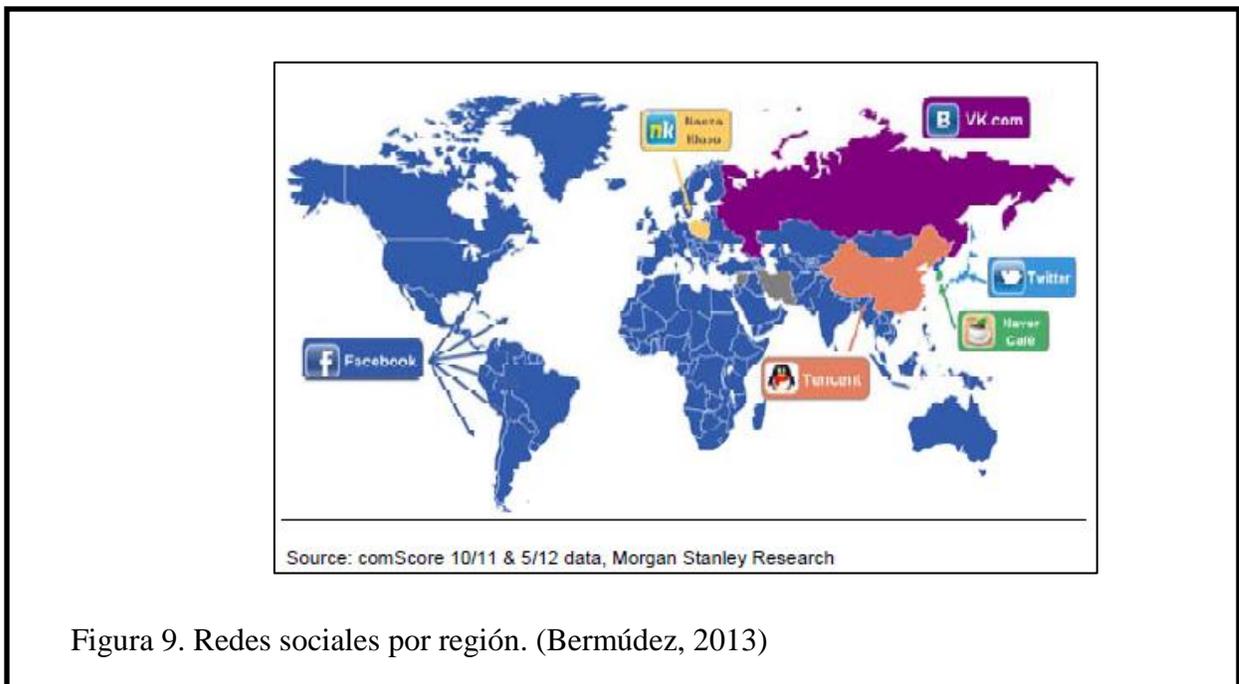


Figura 9. Redes sociales por región. (Bermúdez, 2013)

Actualmente es la red social que se utiliza con mayor frecuencia en el mundo y con aproximadamente 901 millones de usuarios.

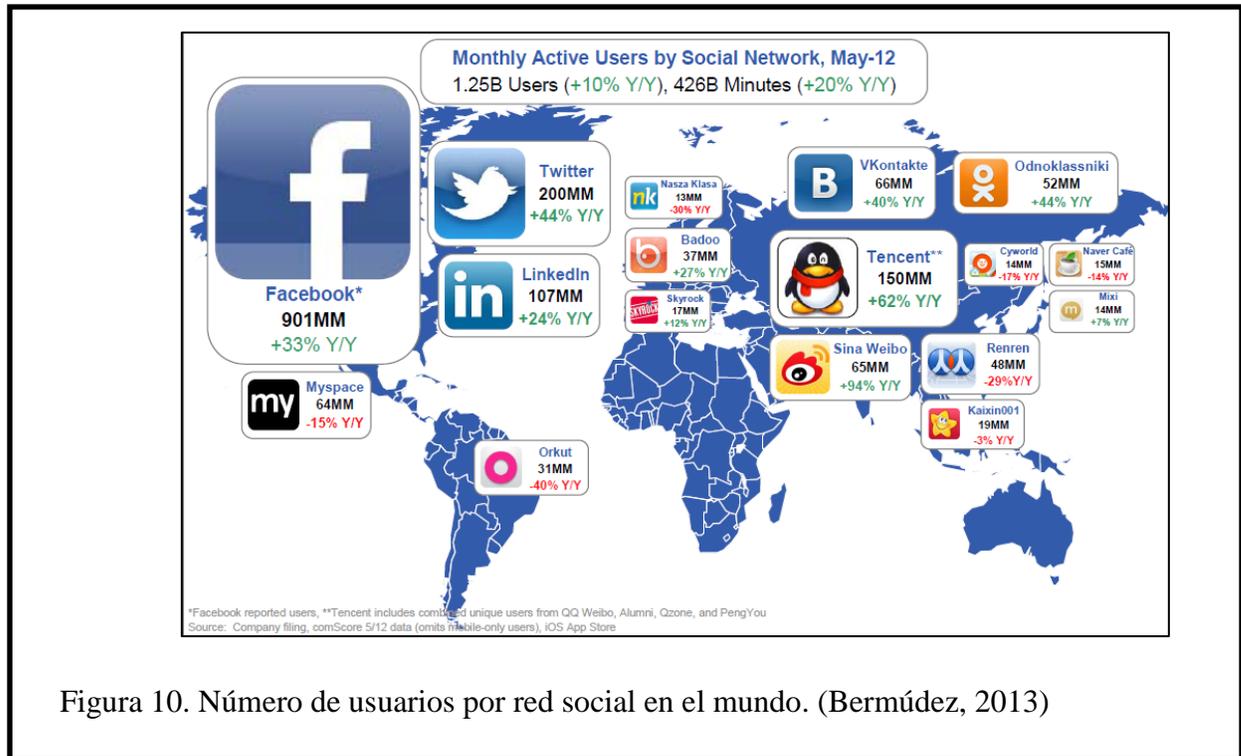


Figura 10. Número de usuarios por red social en el mundo. (Bermúdez, 2013)

1.2.3 Twitter.-

Según Isabel Ponce (2012), en su monografía sobre las redes sociales, es una red social de microblogging es decir que las personas pueden compartir pequeños comentarios de no más de 140 caracteres con otras personas.

De acuerdo a estadísticas, Twitter es la segunda red social de mayor difusión en el mundo, con cerca de 200 MM de usuarios. Esto es debido a que la misma posee aplicaciones para distintas plataformas desde computadores hasta teléfonos móviles que han permitido masificar su uso.

Twitter se define a sí mismo como una red de información en tiempo real que te conecta con las últimas historias, ideas, opiniones y noticias sobre lo que se encuentra interesante, novedoso y destacado en el día a día.

Los usuarios de esta red pueden adquirir seguidores y seguir a cuentas que simplemente las resulten atractivas y seguir así sus conversaciones y notificaciones además existe la vinculación directa con otras páginas de internet y tienen opción de publicar fotos, además de una constante promoción de productos y la búsqueda constante de seguidores.

Es importante mencionar que existen perfiles públicos donde cualquier usuario puede seguir y retuitear o marcar como favorito el mensaje enviado, pero también existen perfiles privados que solo los seguidores autorizados podrán leer o marcar como favorito pero no tendrán acceso a retuitear las publicaciones para que el resto de seguidores las lea.

Dentro de los mensajes enviados se pueden ver los que tienen el signo “#” que son los hashtag ya que destacan palabra y/o acontecimientos importantes que se están dando en el medio por ejemplo: el #30S y al hacer click en ese hashtag te vincula a todas las personas o cuentas que han tuiteado acerca del tema por ejemplo:

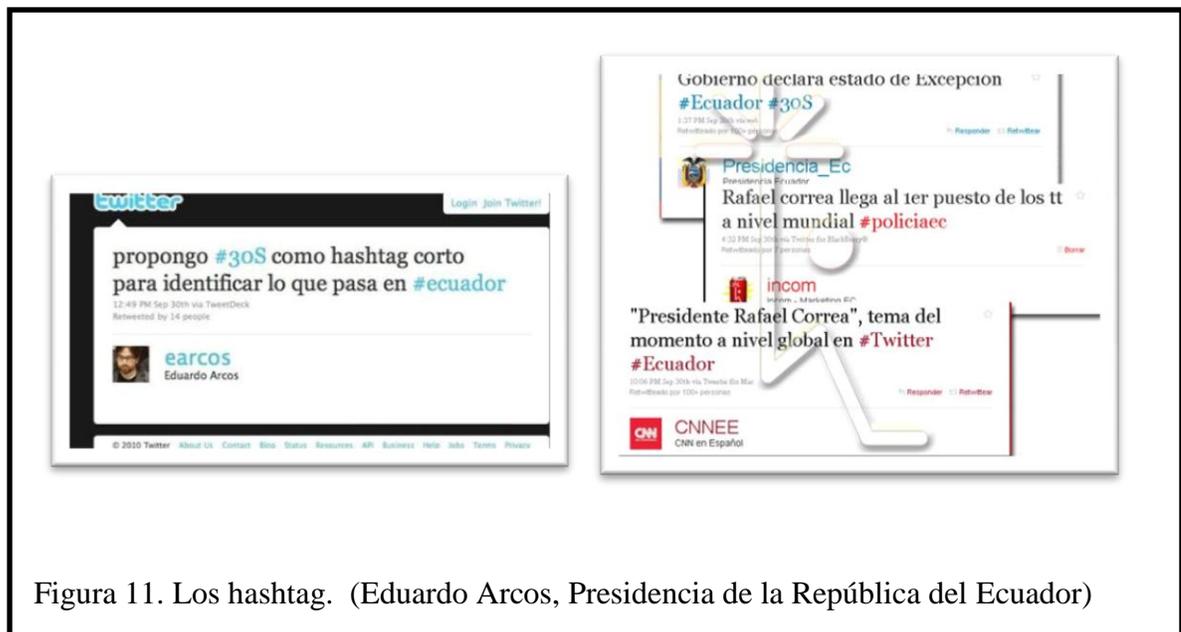


Figura 11. Los hashtag. (Eduardo Arcos, Presidencia de la República del Ecuador)

Los tweets, que son mensajes de texto corto, que comunican de manera inmediata situaciones que pueden ser de interés nacional, mundial o simplemente una connotación del momento o la cotidianidad de los seguidores, los tuits deben ser escrito en un bloque de texto no mayor a los 140 caracteres, además que tiene la capacidad de publicar video y fotos y así la información enviada tiene mayor peso, dentro del Twitter se promocionan artistas, cantantes, canales de televisión, películas, novelas, radios, etc.

Twitter es un medio de comunicación rápida y efectiva que además permite comunicar de manera concreta y sin rodeos debido a la disposición de pocos caracteres para redactar, es un medio donde la economía de palabras se da en su máxima capacidad.

Se podría decir que Twitter es el reemplazo de los mensajes cortos de texto (SMS) ya que cumple la misma función y es capaz de llegar un público más diverso.

Twitter ha sido uno de los grandes contribuyentes para esta nueva tendencia de la modificación del lenguaje ya que debido al limitante de caracteres, las personas se ven obligadas a utilizar distintas formas de abreviación, contrayendo las palabras u omitiendo vocales o letras.

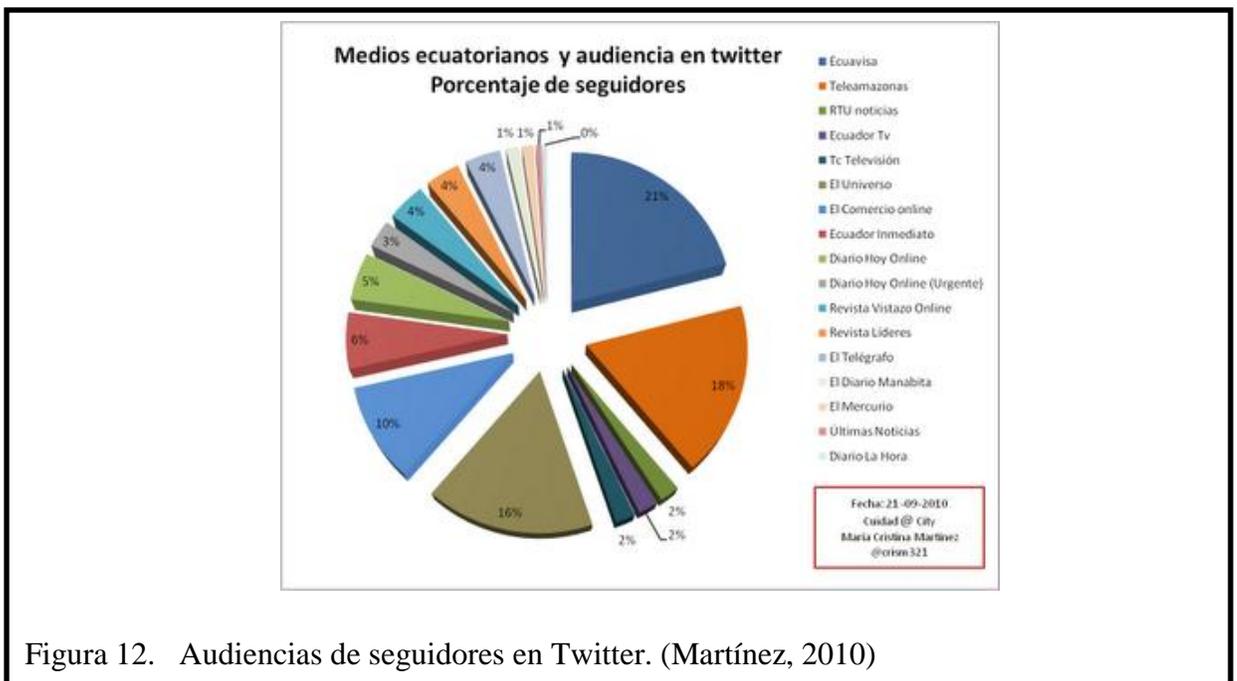


Figura 12. Audiencias de seguidores en Twitter. (Martínez, 2010)

La fascinación de Twitter es que impulsa las capacidades comunicativas de la gente ya que un tweet, como se llaman a los mensajes de Twitter, debe comunicar algo de interés en tan solo 140 caracteres.

Existen libros extensos que abordan la forma correcta de escribir en Twitter para tener un gran impacto en las personas y lograr conseguir mayor número de seguidores.

1.3 La Influencia de las Redes Sociales en los adolescentes.

Dentro del desarrollo de la comunicación a través del tiempo ha creado nuevas tendencias de tal manera que los individuos emplean habilidades y competencias para codificar y decodificar los soportes técnicos, varias formas de conocimiento y presuposiciones de esta manera tienen relación directa con el medio que los rodea facilitando el desarrollo de la vida cotidiana.

El nuevo modelo de las neo-expresiones se caracteriza por la comunicación de masas a través de redes sociales, mensajes de texto y mensajería instantánea dando lugar a la distorsión y manipulación del lenguaje con: abreviaciones, códigos y símbolos, logrando así potencializar la depreciación del lenguaje, tomado así a la comunicación como algo superficial y rápida; esta nueva forma de comunicación de los jóvenes populariza de una manera negativa la construcción de códigos llevando así a la manipulación activa del mensaje.

Los códigos de conducta varían según las épocas y la evolución de las sociedades, pueden sufrir modificaciones para adaptarse a nuevos contextos, y a menudo, también desaparecer, Sin embargo siempre habrá normas y códigos para regular la vida de la gente. Si unas normas caen en desuso, otras hacen su aparición para sustituirlas. (Zecchetto, 2002, pág. 105)

Dentro de la comunicación cotidiana de los jóvenes existe el lenguaje educativo que es: maestro- alumno, el lenguaje informal que es entre amigos, el formal que es familiar y por último el lenguaje utilizado en las redes sociales como “Facebook y Twitter” además este tipo de lenguaje ha llegado a generalizarse teniendo un poder de influencia en los jóvenes llegando a afectar a la conducta y comportamiento fuera del cyber-espacio y cyber-cultura.

Las redes sociales permiten al individuo expresar sentimientos como: felicidad, amor, odio, resentimiento, pasiones, entre otras. Es una necesidad de libertad ya que es un medio donde pueden decir sus pensamientos, decisiones, creencias, ideologías, costumbres y culturas.

“En el mundo virtual ya no existe totalidades ni límites en ese mismo sentido, su filosofía borra de plano toda discusión de acceso de selección, incluso de condiciones sociales de quienes están dentro de la cibercultura” (Mardones, 1999, pág. 82)

La comunicación ha ido trascendiendo en el tiempo generando nuevas subculturas de interpretación ya que cada individuo puede llegar a interpretar un mensaje de acuerdo a los códigos creados dentro de cada grupo o sub culturas.

Los adolescentes han transformado la forma de escritura de acuerdo a los intereses comunicativos hoy en día está en boga la mensajería instantánea dentro de la integración social y es así como surgen las nuevas expresiones entre los adolescentes que son nativos digitales dentro de esta era de las tecnologías.

Estas formas de comunicación han abierto un debate en el mundo de la comunicación ya que las mismas de alguna forma modifican o alteran la correcta forma de escritura.

Las mencionadas conveniencias de escritura no son aceptadas formalmente sin embargo son frecuentemente usadas en las distintas aplicaciones de comunicación como redes

sociales ya que las mismas simplifican la comunicación y son capaces de transmitir al lector emociones, a continuación un ejemplo de este tipo de escritura:

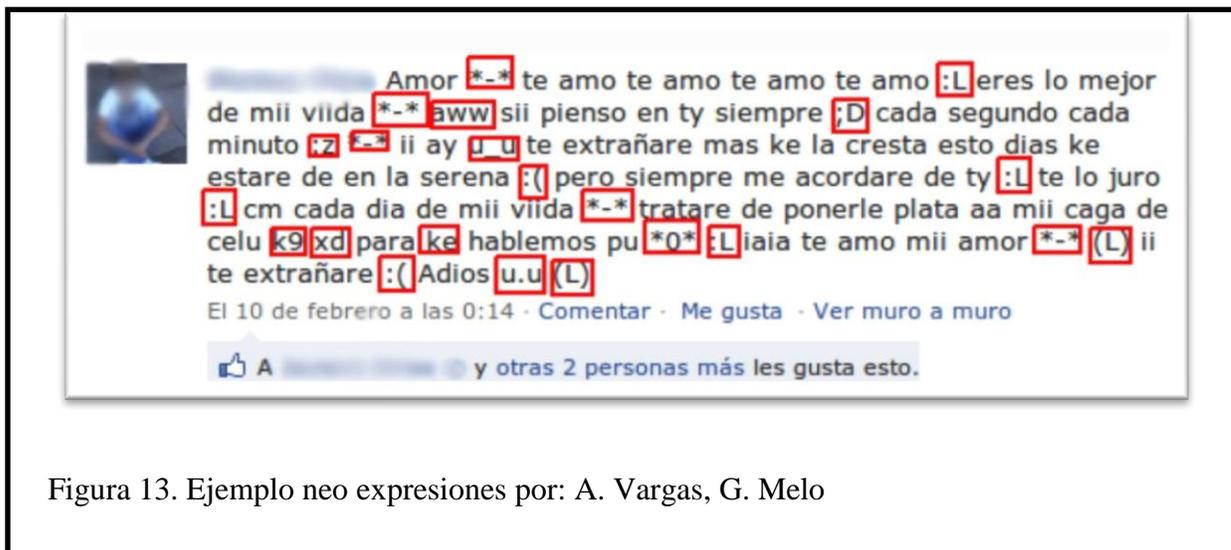


Figura 13. Ejemplo neo expresiones por: A. Vargas, G. Melo

Con este nuevo tipo de lenguaje y comunicación se podría decir que se ha originado una nueva forma peculiar de escritura que detona originalidad pero que destruye toda construcción gramatical y ortográfica además se caracterizarse por la construcción de códigos y signos informales, la diaria utilización de estos canales de mensajería apresura la devaluación idiomática teniendo como resultado comunicaciones rápidas y cortas en honor al tiempo y a los usuarios.

Además, no se puede dejar pasar que la transformación en el lenguaje no es solo escrita ya que el lenguaje también utiliza las neo-expresiones con el acortamiento de palabras como: “por fis”, “la u”, “profe”, “licen” entre otros.

Con este tipo de neo-expresiones los adolescentes llegan a tener cierto tipo de popularidad y respeto, además de sobresalir de amigos, compañeros y entorno social es así como pueden llegar a modificar palabras para dar un toque personal a la escritura, mediante la utilización de códigos llegan a ser parte del sistema social y tecnológico actual, hoy en día si no están en Facebook y Twitter los adolescentes pueden llegar a sentir que no están en nada, este tipo de redes tecnológicas son plataformas de información social, personal e incluso de chisme y morbo.

CAPÍTULO 2

CULTURA VIRTUAL

“En todas las sociedades, los seres humanos se dedican a la producción e intercambio de información y contenido simbólico. Desde las más tempranas formas de gestualidad y uso de lenguaje hasta los desarrollos más recientes de la tecnología informática, la producción, almacenamiento y circulación de información de la vida social”. (Thompson, 1998, pág. 25) los procesos de producción de comunicación virtual han evolucionado y se encuentran involucrados en desarrollos institucionales, además de ser reproducidos en un sinnúmero de oportunidades, hoy en día son productos de consumo masivo que son fáciles de acceder y vender, es así como la virtualidad transformó la naturaleza de la producción.

“Comprender la complejidad de la evolución de la humanidad a partir de un solo principio, y tan abstracto como la razón, y la necesidad entonces de aceptar la existencia de una pluralidad de culturas, esto es, de diferentes modos de configuración de la vida social”. (Barbero, 1998, pág. 7), la cultura virtual se mueve en varias direcciones según los intereses de la sociedad, es decir es el resultado de un modo específico de “realidad” y de sistema de vida, sin lugar a duda existe una constante evolución de la virtualidad a través de la cultura, se pueden observar que el modelo de red se encuentra estructurado, el sistema comunicativo no tiene centro, es decir es una extensa red llena de tamaños y funciones distintas que imposibilitan que se encuentre dentro de un centro por el cual parte las comunicaciones y transformaciones culturales.

“De modo que la información en internet no se difunde de modo arborescente, desde un modo o centro irradiante, como ocurría en una factoría centralizada y jerarquizada, si no de modo rizomático y descentrado”. (Gubern, 2000, pág. 122)

La cultura de la comunicación virtual no es un medio jerarquizado según la ubicación de los flujos, es decir se encuentra ramificada transformando los flujos de información y el

equilibrio de las conexiones, llegando así a una innovación de la ilusión audiovisual, con la posibilidad de viajar con el pensamiento y la mirada.

Dentro de la cultura virtual no existen fronteras, con la llamada “red” el mundo se encuentra conectado, con los flujos virtuales; se podría decir que existe un maquillaje y una constante apariencia democrática porque la realidad muestra que un 80 por ciento de la humanidad no tiene acceso a internet, es por esto que las fronteras entre los países se denominan en “desarrollados” y “subdesarrollados” y se distinguen entre los “informatizados y los pre-informáticos” pero no es tangible porque son fronteras electrónicas, y es así como relativamente no se encuentran tan afectadas en vista que ese porcentaje de la humanidad no puede navegar por las redes informáticas y ser parte de la cultura virtual.

“Nadie puede negar que los conceptos de sociedad de la información y sociedad global de la información encuadren una serie de realidades que transforman profundamente tanto la posición que ocupa el saber cómo los modos de vida. Ambos conceptos se revelan en un marco ideológico”. (Mattelart, 1997, pág. 65), la tecnología intelectual respalda a la sociedad de la información, que está apoyada en los códigos de conducta de las sociedades más vulnerables como podrían ser los jóvenes adolescentes, con las transformaciones y adaptaciones culturales a la virtualidad, esta nueva ola de comunicación virtual están ligada a las conductas de las sociedades y a las mutaciones que sufren por la vinculación con otros medios y redes del internet y medios masivos.

Todo proceso de evolución se ha ido introduciendo desde los mass-media y se ha ido adentrando cada vez más en la conducta y estilo de vida de los jóvenes, llegando a ser parte de su modelo de vida, además de quedarse dentro de sus costumbres como una especie de pseudo-cultura, los medios de comunicación masivos y la transformación han hecho una función de mediación.

Ni la familia, ni la escuela- viejos reductos de la ideología- son ya espacio clave de la socialización, “los mentores de la nueva conducta son los

filmes, la televisión, la publicidad, que empiezan trasformando los modos de vestir y terminan provocando” una metamorfosis de los aspectos morales más hondos. Lo que implica que la verdadera crítica social también ha cambiado de “lugar”: ya no es crítica política, sino la crítica cultural. (Barbero, 1998, págs. 44,45)

Se identifica que la cultura de masas de cierto modo obstruye la comunicación entre las disparejas sociedades, cada vez más las relaciones interactivas con el mundo exterior producen verdaderos flujos de circulación de información intensiva e informal, además de vivir comunidades virtuales y relaciones interpersonales con extraños, “Hay que reconocer que en los ambientes educativos y en los medios de difusión masiva, todavía existe una idea estrecha y aristocrática de cultura, que mantiene el concepto cargado de connotaciones discriminatorias”. (Zecchetto, 2002, pág. 30)

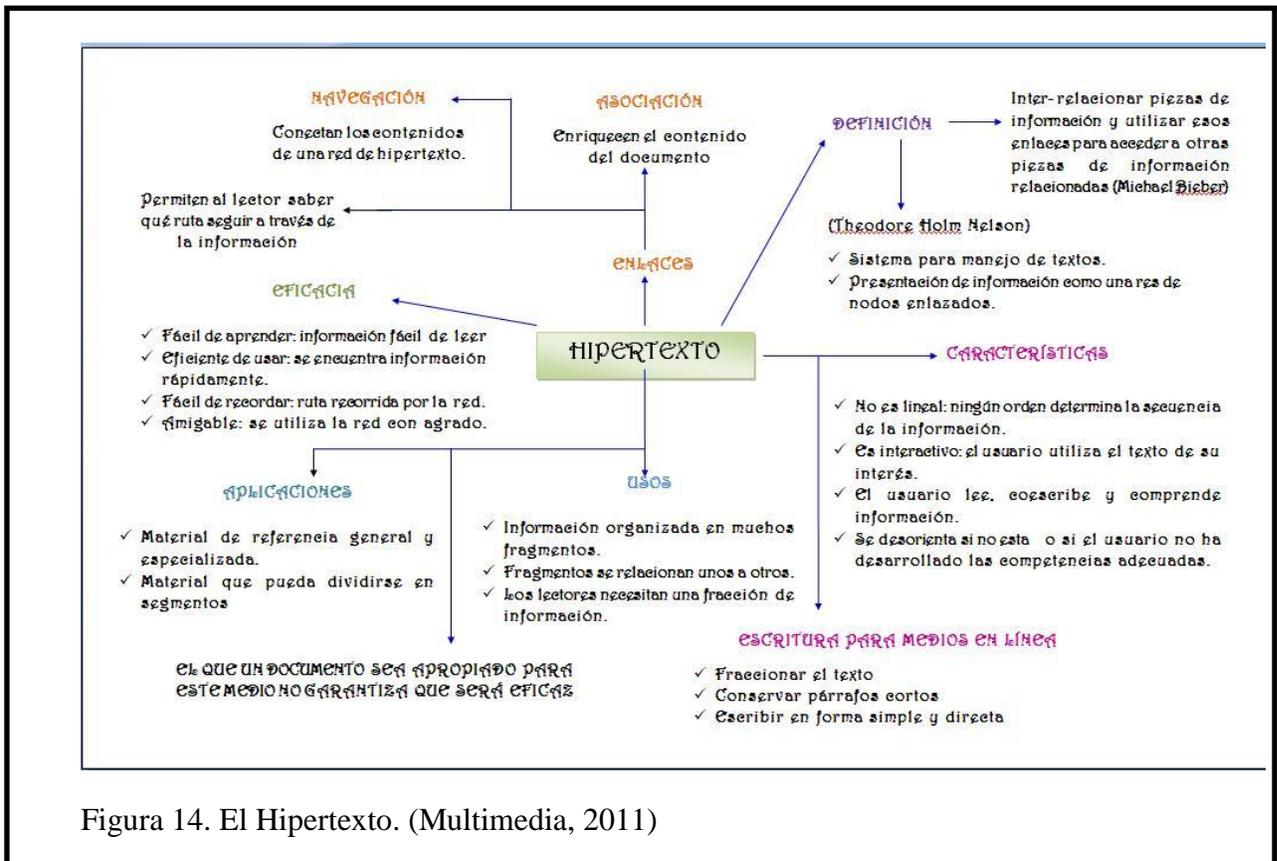


Figura 14. El Hipertexto. (Multimedia, 2011)

El aprendizaje a través de las redes de interacción es una de las múltiples variables que se interconectan formando una red invisible a la mirada del aprendiz, siempre se entrelazan pequeñas enseñanzas con las conexiones, en definitiva, el diseño de los procesos de enseñanza-aprendizaje que estaban centrados en el triángulo: profesor-estudiante-contenido, se ha ido haciendo más y más complejos siendo alcanzados por una gran red.

Existe la creación y organización de comunidades de aprendizaje en las nuevas tecnologías, como es nuevas formas de comunicación que surgen de las posibilidades de comunicación electrónica, nuevas formas de relación, etc., además de aparición de entornos interactivos para la educación con enormes posibilidades comunicativas, facilidades de la comunicación digital en cuanto a compartir espacios de intercambio, colaboración y comunicación, las comunidades virtuales suponen nuevos espacios para la comunicación entre iguales con intereses comunes y objetivos de intercambio, generan nuevas atmósferas de relaciones (desarrollan la socialización en la red, intercambio de ideas, experiencias, etc. entre las personas y grupos).

Una comunidad virtual, por ejemplo, puede organizarse sobre una base de afinidades a través de sistemas telemáticos de comunicación. Sus miembros están unidos por los mismos focos de interés, los mismos problemas: la geografía, contingente, deja de ser un punto de partida y un obstáculo. Pese a estar «fuera de ahí», esta comunidad se anima con pasiones y proyectos, conflictos y amistades. Vive sin un lugar de referencia estable: dondequiera que estén sus miembros móviles... o en ninguna parte. La virtualización reinventa una cultura nómada, no mediante un retorno al paleolítico ni a las antiguas civilizaciones de pastores, sino creando un entorno de interacciones sociales donde las relaciones se reconfiguran con un mínimo de inercia. (Lévy, 1999, pág. 14)

2.1 Interfaz de la virtualidad

El interfaz o interficie es el nombre que se le da al medio por el cual el usuario interactúa con el ordenador “Interfaz= persona-ordenador”, es control y comunicación, con la industrialización de la tecnología las personas han experimentado modos de realizar actos de interfaz, hoy en día es parte de la vida cotidiana.

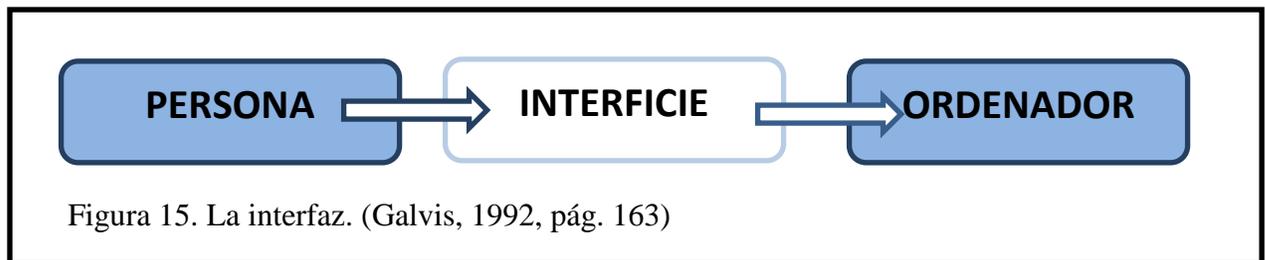


Figura 15. La interfaz. (Galvis, 1992, pág. 163)

En la “interficie” aparece la información visual de la información, se especifican las interacciones con el usuario y se organiza el comportamiento de esta información. En la interficie intervienen los mensajes entendibles por el usuario (imágenes, sonidos, verbales, etc), por el programa (señales eléctricas, verbales, etc.) y los dispositivos de entrada y salida de los datos, disponibles para el intercambio de mensajes (teclado, ratón, pantalla, micrófono, etc.). (Galvis, 1992, pág. 163)

Hoy las interfaces llegan, coinciden entre lo interactivo y lo sensorial, alcanzando a crear y establecerse como lugar específico donde se producen los diálogos y la comunicación, además donde se desarrollan los diálogos, el trabajo en comunidad virtual, llegando así a descubrir el interface cultural que lo determina el humano-ordenador y así llega a completar la trasmisión de datos.

La interficie va más allá del acto estático de persona ordenador, representa un diálogo en donde ambos se convierten en “agentes”; y “los agentes actúan en un contexto que generalmente ha sido llamado “metáfora”, concepto que fue introducido para proveer a los usuarios de un esquema conceptual que les permitiera tener una “ilusión” en forma

de gráficos fijos y animados en la pantalla del ordenador o consola a través de los cuales el programa pudiera ser controlado

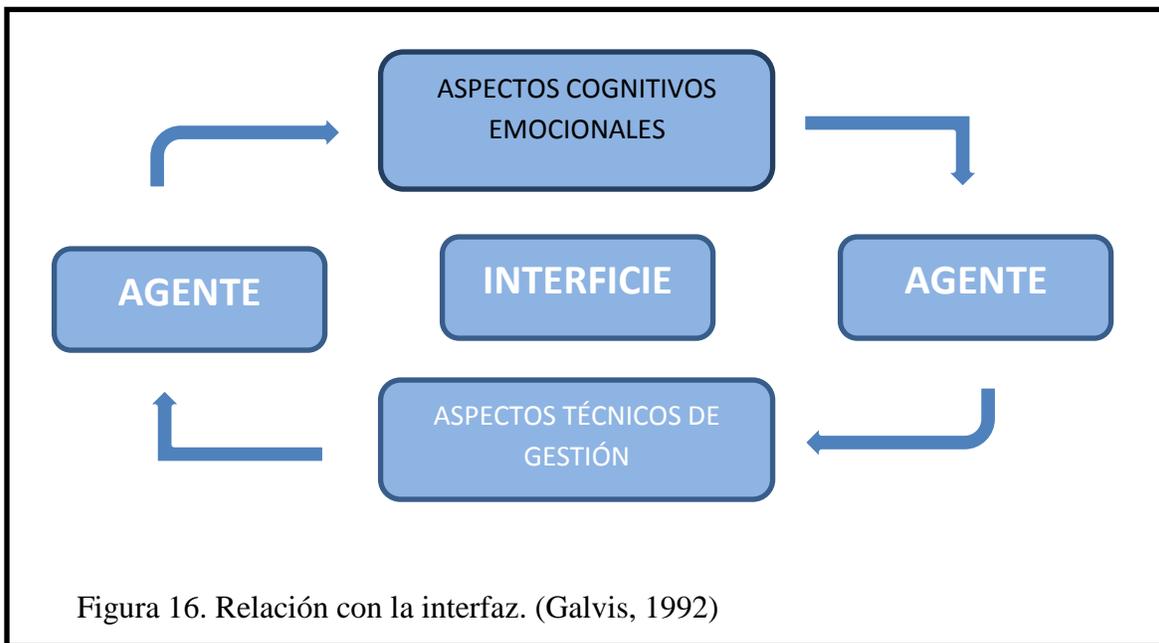


Figura 16. Relación con la interfaz. (Galvis, 1992)

“El ordenador funciona por medio de una sucesión de procesos, y por eso nos sugiere procesos constantemente, incluso cuando sólo muestra información. Cualquier cosa en formato digital, ya sean palabras, números, imágenes, video, parece propicia al cambio”. (Murray, 1999, pág. 167)

Dentro de la transformación están involucrados en procesos de interactividad que están fuera del aprendizaje centralizado y ahora todos están fundidos en una gran red, ahora lo que realmente importa es saber si son capaces de comprender lo entramado en las conexiones y las consecuencias de los entornos de interfaz.

El aprendizaje mediado por un ordenador, está el interés de aprender de un grupo de apoyo y es tomada en cuenta la interacción con los demás, ya que estos son los que aportan, además de ser deseables por la retroalimentación que producen y el computador pasa a ser solo un objeto que apoya a este proceso, entonces se podría decir que esto es llegar a colaborar y aprender.

2.2 La virtualidad del texto y lectura

Con la llegada de la escritura y lectura virtual, se ha acelerado el proceso de comunicación artificial y la codificación de la misma, como resultado la virtualización de la memoria, es decir la separación parcial del cuerpo, la palabra y el manuscrito.

“Virtualizante, la escritura desincroniza y deslocaliza. Hace surgir un dispositivo de comunicación en el que los mensajes, muy a menudo, se separan en el tiempo y en el espacio de su fuente de emisión, y, en consecuencia, se reciben fuera de contexto”. (Lévy, 1999, pág. 28), por otro lado la tecnología está influenciada en la transformación de la virtualidad del texto, y así, produciendo las interacciones que modifican los métodos de elaboración y definición textual digital, entonces los mensajes de los chats de las redes sociales tienen un enfoque sin lugar a dudas también lingüístico, el correo electrónico puede definirse como una modalidad textual con una forma, una función, una estructura y un estilo propio.

Las comunicaciones realizadas a través de correo electrónico, chats, mensajería instantánea, blogs, etc., es mediatizada por un ordenador, iPod, celular inteligente, etc., estos están relacionados con otros modelos o tipos de comunicación electrónica que interactúan entre sí y generan vínculos de información rápida y efectiva. “Con la escritura, y aún más con el alfabeto y la imprenta, los modos de conocimiento teórico y hermenéutico han ocupado el lugar de los saberes narrativos y rituales de las sociedades de tradición oral. La exigencia de una verdad universal, objetiva y crítica sólo podía imponerse dentro de una ecología cognitiva detalladamente estructurada a través de lo escrito, o más exactamente de lo escrito sobre un soporte estático”. (Lévy, 1998, p28)

Las propiedades de los biósferas virtuales condicionan la elaboración con unos modos de interlocución rápidos, en los que se acentúan las situaciones de interactividad, la

proyección para-textual y la organización estructural de los mensajes de correo electrónico, así como a las características del registro lingüístico empleado.

“La transformación de las instituciones mediáticas en compañías con intereses comerciales a gran escala es un proceso que se inició a principios del siglo XIX. Por supuesto, la comercialización de los productos mediáticos no era un fenómeno nuevo.” (Thompson, 1998, pág. 108), la producción y la recepción se manifestó como parte de la comunicación enfocada a todo lo concierne a los TICS, además que con la presencia tecnológica el intercambio es una herramienta de mediación.

La interacción con algunos formatos de comunicación multimedia es el puente para que existan tipos de aproximación como mensajes y desarrollo de contenidos en lenguajes y así han ido evolucionando es decir: “La interacción cara a cara también posee un carácter dialógico, en el sentido de que generalmente implica un flujo de información y comunicación bidireccional; los receptores puede responder a los emisores, y los emisores son igualmente receptores de los mensajes a ellos dirigidos a causa de las respuestas a sus propias observaciones” (Thompson, 1998, pág. 117)

La virtualidad del texto, permite la integración de algunos formatos de comunicación en un mismo soporte, la red de interacción multimedia permite la aproximación de los medios de información en Internet, como recursos multimedia, cada medio potencialmente comunicativo desarrollada contenidos, lenguajes, sintaxis y estética propias, a la vez que su emergencia ha conducido a los viejos canales a redefinir su identidad. “La evolución del entretenimiento y el arte narrativo en las próximas décadas va a estar determinada por el juego de estas dos fuerzas, es decir, los creadores independientes acostumbrados a trabajar con el hipertexto, el pensamiento sucesivo y los entornos virtuales, y las grandes compañías de la industria del entretenimiento, que tienen enormes recursos y una conexión consolidada con la audiencia masiva” (Murray, 1999, pág. 262).

2.2.1 Nuevas Tendencias Comunicacionales

El avance de los conceptos de las nuevas tecnologías en las redes sociales forma parte importante de la generación de aproximaciones conceptuales y la producción de avances en los sistemas comunicacionales, y es así como nace la evolución de las neo expresiones a través de las redes sociales que se han convertido en cómplices e impulsadoras de este fenómeno.

Las mutaciones sociales y la huella de la modernidad han creado nuevas culturas, y la adaptación de nuevos estilos de vida en los adolescentes, de este modo es como la adaptación de los consumos culturales juveniles han intervenido en las nuevas expresiones, códigos y lenguaje utilizados.

Sin embargo es importante mencionar que existe un vínculo directo entre los llamados consumos juveniles y la aceptación y adaptabilidad a las nuevas tecnologías por parte de las sociedades más jóvenes y aquellas que involucran en su vida diaria este tipo de gasto tecnológico y mundo intangible.

Con esto tratan de identificar qué tipo de consumo y que gustos manifiestan los adolescentes ante esta nueva identidad que construyen a través de las nuevas tecnologías, existe una relación dominante entre los objetos y las redes sociales, una apropiación y hasta una identificación sin dejar el lado humanista que le dan al objeto hasta el lado materno o paterno, además de llegar a crear una vida dentro del mismo, a través del poder que les da el internet.

Entonces sin lugar a dudas están frente a una sociedad consumista y la adaptación constante de un vínculo objeto-persona, además de vivir una vida intangible dentro de las redes sociales, esto es lo que llamamos modernidad contemporánea y la creación de una nueva estética cultural discriminatoria y posesiva que aporta intereses directamente ligados con el capitalismo que vive la sociedad actual.

“Estas nuevas tecnologías han creado nuevos espacios de información y como toda información, ella reposa en archivos. El internet es el nuevo archivador de la

información”. (Mardones, 1999, pág. 62) , las modernas redes de interacción pueden convertir puntos en lugares donde las tendencias se han convertido en algo inescrutable e intrascendente, dejando de lado la sensación de pertenencia y una escases de distancia apartando el derecho a las prácticas antiguas de conversaciones y pasando a la era de la tecnología, investigando y creando formas de vida paralelas y ficticias donde la belleza y lo cotidiano es fundamental y forma parte de un entretenimiento diario.

2.2.2 Tendencias de la comunicación moderna

La cibercultura es, en un aspecto más amplio, el territorio base donde se enmarcan hoy las nuevas prácticas sociales de las diversas sociedades; todos están inmersos en este territorio, ahora se convirtió en una parte importante para cada ser humano, al punto de poder llegar a vivir sin él, la tendencia que mueve hoy en día a los jóvenes es estar en línea todo el día con la publicación o comentarios en redes sociales, además del cien por ciento de disponibilidad.

“En la cibernación, de la manera indicada, no hay nacionalidad, ni compromiso, ni solidaridad, ni autoridad, sólo compartir y colaborar, aunque esto suene contradictorio” (Mardones, 1999, pág. 84), las tendencias de la comunicación moderna surgen de las nuevas concepciones de información y de la necesidad del mensaje individual, colocando al hombre como el centro de las necesidades de información a través de las notificaciones de redes sociales, además contribuye el des-centralismo del sujeto con el control de la vida a través de Facebook y Twitter, de esta manera llegan a elegir qué modo de vida vivir en la virtualidad y con las bases, condiciones y estatus adquirido.

La comunicación a través de los años ha evolucionado con la sofisticación y el crecimiento progresivo de la sociedad, volviéndose un potencial para el entretenimiento, la investigación, la socialización y la exposición de lo “yo” al mundo.

Dentro de las nuevas tendencias de comunicación existen las que se encuentran con las nuevas tecnologías que son a través de las redes sociales más conocidas como: Facebook

y Twitter, qué son las preferenciales en las tendencias comunicacionales con la reestructuración de los medios habituales de comunicación a la transformación del ciberespacio en vista que hoy en día ya no es una simple vía de información, como se solía conocer.

La innovación de las tendencias ha sido netamente aprovechada por las grandes potencias mundiales y son manejadas por determinados grupos que se maneja de acuerdo a los indicadores de la modernización cotidiana que acoge a usuarios día a día, adentrándose en el estilo de vida y el espacio social que los distingue entre ellos, cada una de las elecciones resaltan la uniformidad, es decir el modo de conductas utilizados según el esquema de prácticas.

“La cibercultura se fundamenta en la multimedialidad y la globalidad. En el mundo virtual ya no existen totalidades ni límites. En ese mismo sentido, su filosofía borra de plano toda discusión de acceso, de selección, e incluso de condiciones sociales de quienes están dentro y fuera de la cibercultura. Como sugiere Negroponte, la cibernsiedad y la cibercultura ya están dentro del escenario de la exclusión. El problema que se plantea tiene que ver con los siguientes criterios”. (Mardones, 1999, pág. 82)

- El borramiento de los límites
- Pensar no en el todo, sino en la globalidad
- Hacer la vida en dos escenarios: la realidad y lo virtual
- Situarse navegar en un “mapa”
- Los hábitos en la construcción de los escenarios habituales de la comunicación y el uso del sistema en los signos individuales de la percepción del entorno de los sujetos que se adentran en esta nueva cultura de la tecnología y la vinculación directa con las redes sociales, que a su vez divide a las clases sociales y, al mismo tiempo las incorpora en la producción de las mismas.

- Algunos de los ítems más manipulados y primordiales dentro de la comunicación 2.0, siendo parte de la de gestión y forma de comunicación, según la identificación y cultura de la clasificación. (Mardones, 1999, pág. 82)

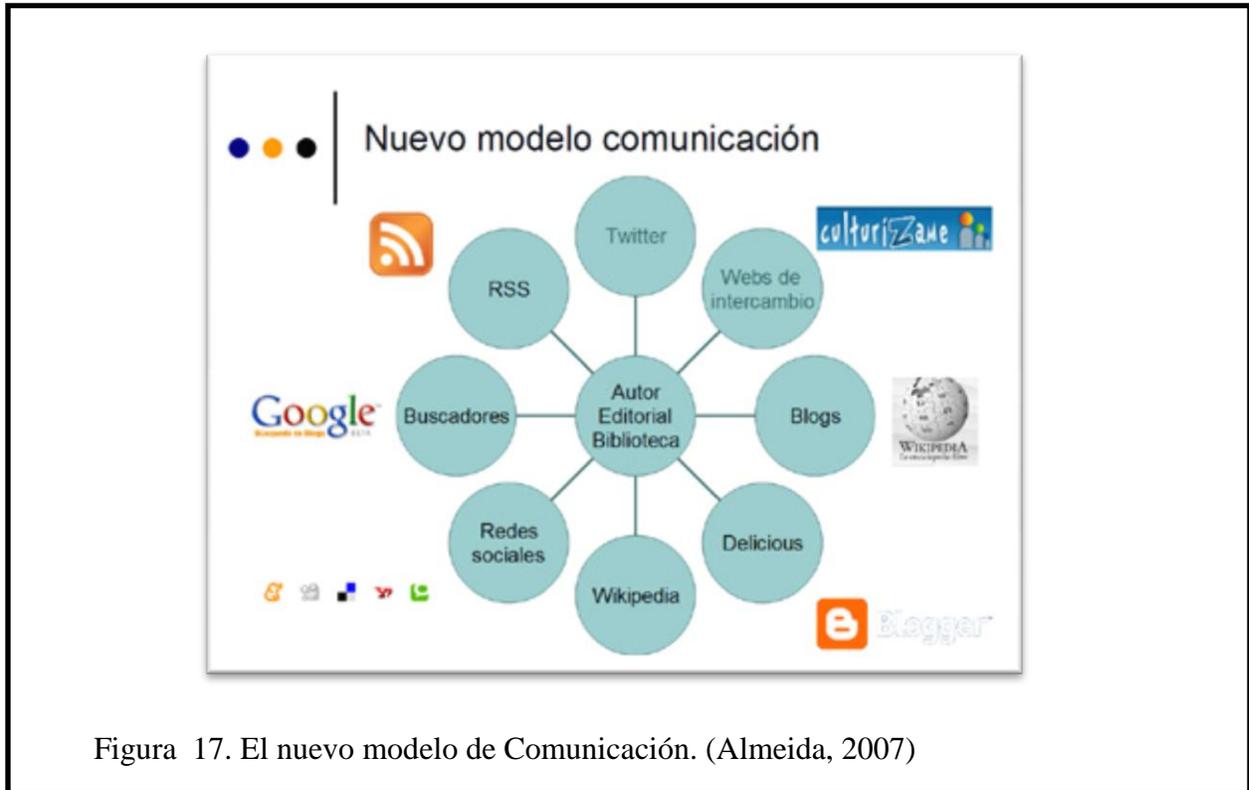


Figura 17. El nuevo modelo de Comunicación. (Almeida, 2007)

Definitivamente la comunicación en las redes sociales fragmentó con el esquema tradicional de información y acarrió una perspectiva distinta, en donde los usuarios se ubican dentro de un mismo plano de notificación pero ahora con interacciones efectivas y rápidas.

2.2.3 Transformación de la visibilización:

“Como era inevitable, la arrolladora irrupción de la imagen digital en las industrias de la comunicación contemporáneas ha generado una nueva videocultura y ha contribuido a remodelar drásticamente la iconosfera tradicional”. (Gubern, 2000, pág. 189).

La transformación de la visibilización que ha sufrido a través del tiempo los mass media es más que un conjunto de prácticas y de retóricas, podríamos hablar de una organización de la vida social como un todo estructurado y que es la agrupación de un conjunto de personas que confluyen en las redes de interacción para compartir un mundo de comunicación virtual.

“El hombre no vive en un universo puramente físico sino en un universo simbólico. Lengua, mito, arte y religión [...] son los diversos hilos que componen el tejido simbólico [...]. Cualquier progreso humano en el campo del pensamiento y de la experiencia refuerza este tejido [...]. La definición del hombre como animal racional no ha perdido nada de su valor [...] pero es fácil observar que esta definición es una parte del total. Porque al lado del lenguaje conceptual hay un lenguaje del sentimiento, aliado del lenguaje lógico o científico está el lenguaje de la imaginación poética. Al principio, el lenguaje no expresa pensamientos o ideas, sino sentimientos y afectos.” (Cassirer, 1948, págs. 33, 34)

Todo sistema llega a enfrentarse a su propia apariencia conceptual con las experiencias de la visibilización de las sociedades, el entorno demuestra su capacidad de la práctica de la consistencia continua, el entorno va más allá de la rutina autogenerando los actores de la sociedad, dado el tiempo de lo digital y virtual, estamos ligados netamente a los aparatos electrónicos inteligentes, llegando a ser parte primordial de nuestra vida, han dejado ser objetos y han pasado a convertirse en una parte sentimental, perdiendo así la visibilización del objeto.

Es importante destacar que esta evolución se evidencia desde un hecho virtual, banal e incluso trivial, somos consumidores de esta transformación, que es parte de una

conducta normal del ser humano, además que esa en tal punto que se ve como un fuente que produce progreso, para la civilización todo esto está ligado al “progreso” y hasta a la visibilidad en donde lo único que interesa es la transformación que puede tener. Las TICS tienen un lado positivo y negativo porque sus usos pueden ser banales o no, sino que llegue a tener armonía y coherencia con las demandas de un espacio de visibilización justo y sano para la armonía de las redes.

De momento, en cualquier caso, es seguro que un despertar es apertura hacia el progreso en la aceptación ilustrada del término. Pero por el contrario, es también seguro que frente a estos progresos hay una regresión fundamental: el empobrecimiento de la capacidad de entender. (Sartori, 2002, pág. 47).

2.2.4 Contenido Simbólico

“La semiótica presta atención a la “cultura tecnológica” como un conjunto significativo constituido de determinada manera que origina significados en determinados contextos” (Zecchetto, 2002, pág. 31), los conocimientos cognitivos de los diferentes públicos ofrece diferentes escenarios de los acontecimientos de interés social, esto debidamente afectado a los contenidos simbólicos establecidos y de esta manera produciendo alteraciones y creando nuevas interpretaciones simbólicas como son los símbolos creados a través de puntos, comas, llaves y corchetes, además de la utilización de algunas consonantes y vocales, funcionadas con los símbolos.

Otra variante de estudio está constituida por la semiótica aplicada que investiga los diferentes sistemas o productos culturales, sus lenguajes y códigos concretos. Desde el urbanismo hasta los grandes códigos telecomunicaciones, pasando por las artes, las producciones publicitarias, los ficcionales televisivo, la prensa escrita, la radial, la música, el marketing, internet. (Zecchetto, 2002, pág. 32)

Es importante destacar que con el pasar de los días, los adolescentes y los jóvenes se involucran e identifican cada vez más con los escenarios planteados por los medios de comunicación masiva, es decir se pueden crear procesos sociales que llegan a ser noticias de interés en las redes sociales, existe una constante fábrica de noticias y acciones sociales que interesan solo a cierto grupo de personas que están involucradas o que por curiosidad o chisme llegan a ser parte de esa construcción de la noticia. “En realidad, toda la variedad de las demarcaciones existentes entre la cultura y la no cultura puede reducirse a que sobre el fondo de la no cultura, la cultura interviene como sistema de signos”. (Lotman, 1979).

La cultura, puede ser concebida como la producción o reproducción social de sentido mediante los signos y lenguajes que lo expresan y que crean la semiósfera en la cual nos movemos.

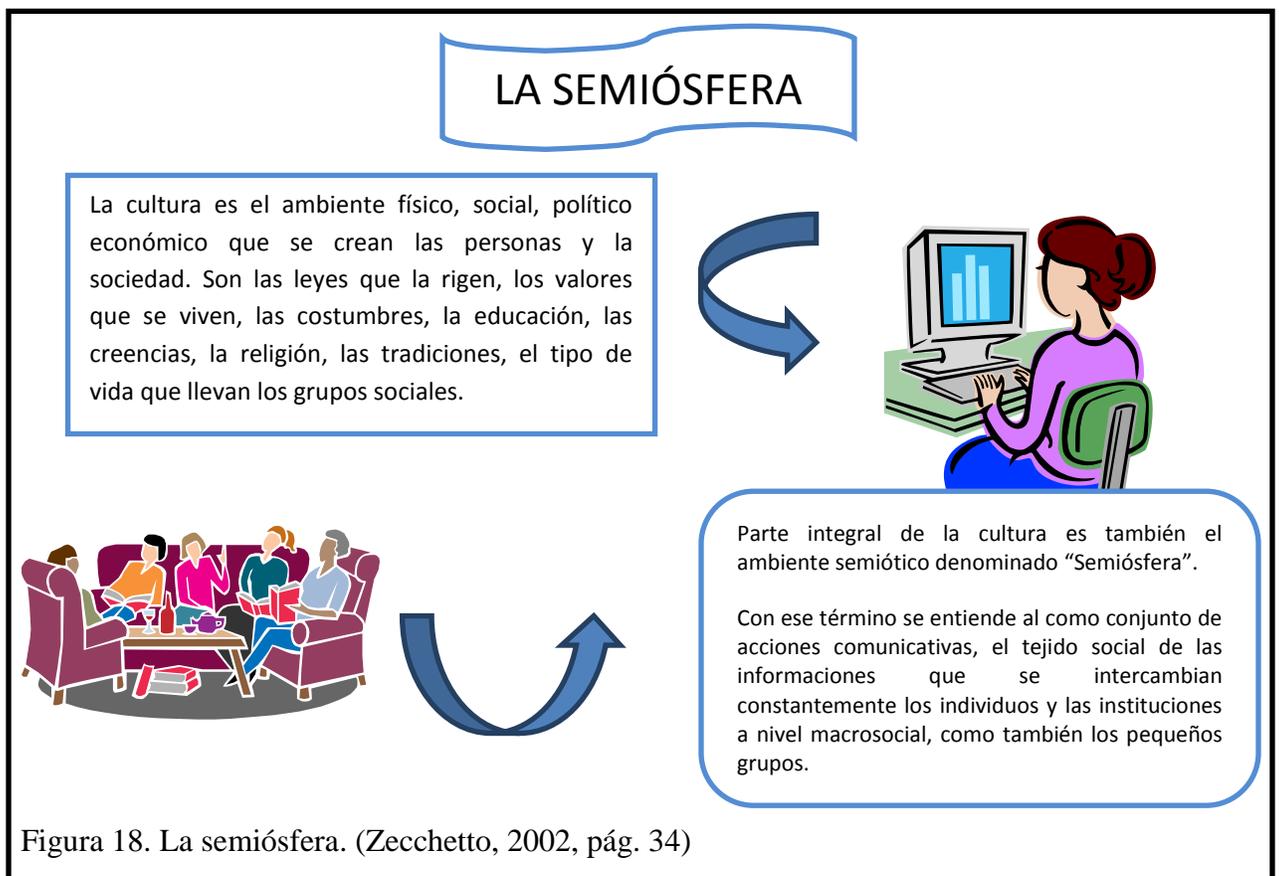


Figura 18. La semiósfera. (Zecchetto, 2002, pág. 34)

El contenido simbólico a través de las tecnologías de la comunicación e información están ligadas con las sociedades a futuro que se van orientando a la disminución y supresión del objetivo de la comunicación simbólica que es estar al servicio de la comunidad, es por esto que se encuentra importante que se ligen las construcciones locales con las globales, para de este modo alcanzar a llegar con el mensaje a las corrientes fuertes del progreso que son las que se encuentran vinculadas con la globalización de la información.

2.2.5 Cibercultura y Ciberespacio

“Ciberespacio y cibercultura tienen que ver, al mismo tiempo, con la constitución de una telépolis y de ciberciudadanos en el mismo rango que una organización social y política”. (Mardones, 1999, pág. 80) es así como están organizados los medios y las redes de comunicación, todo está vinculado a la virtualidad del medio y de los ciudadanos, perdiendo el espacio físico y ganando territorio con las máquinas y redes inteligentes. “La diferencia radica, sin embargo, que la sociedad no se construye alrededor de territorios visibles, limitados y fundados sobre ciertos órdenes y regulaciones, con gobiernos y con instituciones discursivas”. (Mardones, 1999, pág. 80)

“El ciberespacio favorece las conexiones, las condiciones, las sinergias entre las inteligencias individuales, debido a que un contexto vivo está mejor compartido, los individuos o los grupos pueden orientarse mutuamente en un paisaje virtual de intereses o de competencia y se incrementa la diversidad de los módulos cognitivos comunes o mutuamente compatibles”. (Lévy, 1999, pág. 93), dentro del ciberespacio es fácil demostrar sin vergüenza y prudencia cualquier tipo de emociones, pensamientos y comportamientos que pueden llegar a ser incluso muy íntimos en la vida real, sin lugar a duda es utilizar el ordenador para acceder sin tener miedo de compartir deseos, emociones y tristezas con gente que solo conocen por medio de la pantalla, hoy en día la gente se enamora muy rápido y se enfada fácilmente por medio del internet.

“El propio ordenador es un objeto encantado, incluso sin utilizarlo para actividades del contenido fantástico. A veces puede actuar como un ser autónomo y animado cuando

percibe su entorno y realiza procesos que él mismo genera. También parece una extensión de nuestras conciencias al capturar nuestras palabras a través del teclado y proyectarlas en la pantalla tan rápido como las pensamos”. (Murray, 1999, pág. 111), esto es proyectado a través de la inmediatez de los mensajes que son enviados al ciberespacio, y que solo con dar un “click” ya son publicados y en cuestión de segundos ya tendrán comentarios y estarán como parte de todas las redes sociales.

“El ciberespacio abre, en efecto, un nuevo mercado; pero se trata menos de una ola de consumo venidera que de la aparición de un espacio de transacción cualitativamente distinto, en el que los roles respectivos de los consumidores, los productores y los intermediarios, se transforman profundamente”. (Lévy, 1999, pág. 48), la cibercultura en términos contemporáneos tiene un profundo impacto en las tecnologías digitales de la comunicación y de la información e influencia en el tiempo, espacio, realidad y todo relacionado con las relaciones sociales del hombre con el ciberespacio.

A la cibercultura se podría definir como la tercera era de la comunicación según lo define Lévy, ya que conforma todo un lenguaje digital y que alberga desde una mega tendencia de la realidad virtual, hipertexto, multimedia, redes neuronales, vida artificial y agentes digitales todo esto involucrado en una gran red.

Abarcando el ciberespacio y la cibercultura está involucrada la interactividad, que es todo aquello que les permite interactuar dentro de los entornos digitales, esto ha llevado a una interpretación tecnológica de los sentidos con estrategias de interfaz, “todo acto registrable crea, efectiva o virtualmente, información, es decir —en una economía de la información—, riqueza. Ahora bien, el ciberespacio es el medio por excelencia donde los actos se pueden registrar y transformar en datos explotables. De ahí que el consumidor de información, de transacción o de dispositivos de comunicación no cese de producir, a su vez, una información rebotante de valor”. (Lévy, 1999, pág. 49).

2.2.6 Telépolis

“Ahora si hablamos de telépolis, no es más que la ciudad planetaria, intangible y global” (Mardones, 1999, pág. 80), en donde los sujetos simplemente son usuarios con dominio y claves que construyen y des-construyen la información según los intereses, pero los teleponianos viven una realidad de apariencias y falsedades, llenos de memoria virtual y datos.

“Otra de las características asociadas a menudo con la virtualización, además de la desterritorialización, es el paso del interior al exterior y del exterior al interior. Este «efecto Moebius» se desarrolla en diversos ámbitos: en las relaciones entre público y privado, propio y común, subjetivo y objetivo, mapa y territorio, autor y lector, etc”. (Lévy, 1999, pág. 17), dentro del ciberespacio se vive el hecho de la desterritorialización del individuo, es decir todo aquello que no es tangible como los pensamientos y sentimientos, en las redes sociales se convierte en algo tangible, y así pasa de ser algo privado hacer de dominio público y de conocimiento general, dejando a un lado la privacidad.

2.2.7 Cibercultura

Es aquella que maneja netamente la información, y puede estar disponible a cualquier hora y donde sea, es aquella que se identifica con todos los que la buscan, no tiene discriminación. Hoy, sin embargo, ya no se habla de simplemente de la información como poder. “Puesto que el ciberespacio caracterizado por la finalidad de hilos de red, la cultura es la de quien construye el sentido (lo que nos lleva a afirmar la existencia de diversidad de culturas; es decir, ciberculturas" (Mardones, 1999, pág. 81)

La construcción de las sociedades ya no se basa en lo material y físico, hoy en día se construye a través de lo invisible y de aquí nacen las nuevas prácticas culturales que toman el nombre de “ciberculturas”.

Estas culturas virtuales basan sus cimientos en el poder de lo multimedial y de la globalización, sin ningún tipo de limitantes ya no existen las totalidades, se vive un momento de un sinfín de oportunidades, entonces nace la ciber-sociedad con un manejo de la inclusión pero con algunos criterios como:

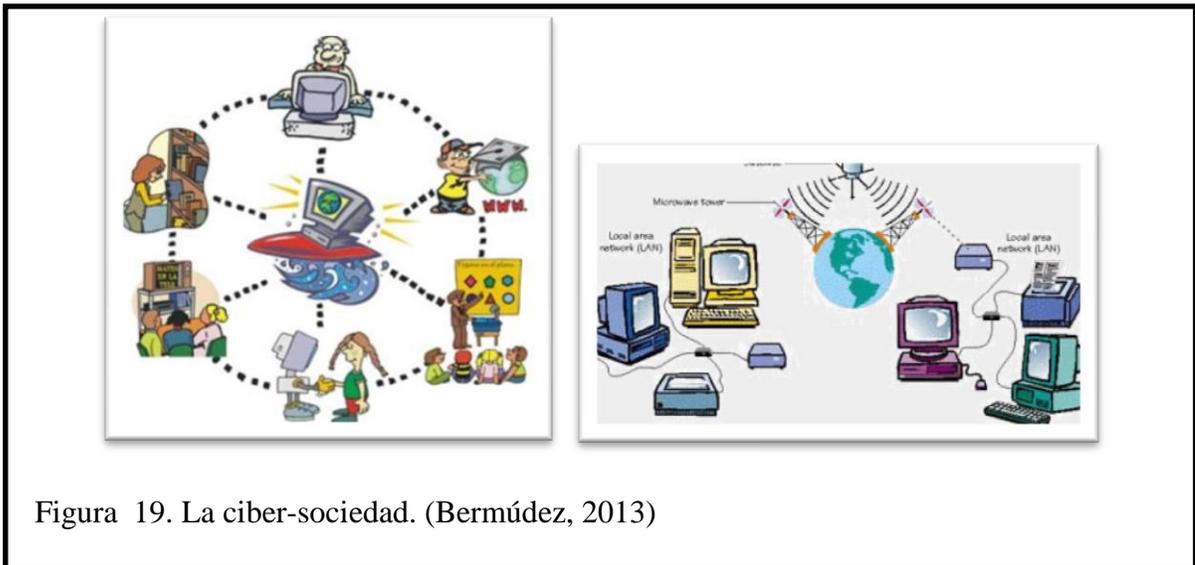


Figura 19. La ciber-sociedad. (Bermúdez, 2013)

En la interacción se involucran todos los consumidores de la tecnología multimedial y es aquí donde la cultura intervine ya que a través de ella se dinamiza y se comparte con los ciberespacios y cibernautas, y desde aquí empiezan las funciones de códigos, fuentes, idiomas, costumbres y la creación de nuevas expresiones.

Además se podría decir que existe una modificación de nuestra comunicación e interacción a través de las neoexpresiones, todo se ha simplificado y existe un ahorro del lenguaje y de tiempo, mientras más rápido llegue la información y de manera simplificada es mejor, la aceleración del tiempo es el centro de la comunicación efectiva.

El entorno se ha convertido en algo tan importante en nuestra sociedad de la imagen y de los electrodomésticos, que habrían que introducir el verbo entornizar para designar la actividad de los especialistas de la imagen y del diseño, responsables de esta nueva biosfera artificial que el ciudadano

moderno ha creado para reemplazar su biosfera natural y silvestre.
(Gubern, 2000, pág. 156).

CAPÍTULO 3

DIAGNÓSTICO

El uso de las nuevas expresiones de lenguaje en los jóvenes de 12 a 17 años del Colegio Sebastián de Benalcázar se basan en una disolución de espacios de interacción social y privacidad dejando de lado los sentimientos de intimidad y haciéndolos públicos a través de las redes como Facebook y Twitter, además que reflejan la velocidad y la economía de lenguaje.

Se observa que los adolescentes se manifiestan de diferente modo con la interacción de las comunicaciones a través de los interfaces y ordenadores, las neo-expresiones utilizadas por los adolescentes en las redes sociales como “Facebook y Twitter” han abierto una integración de un nuevo lenguaje o pertenencia a un mundo virtual debido a la popularidad en el envío de mensajes por celular o internet; por lo tanto se han derivado nuevas culturas de expresión que han llevado a entender el significado de las abreviaturas creando espacios íntimos.

Este nuevo lenguaje surge con la necesidad de comunicación rápida y efectiva ahorrando tiempo y espacio detonando nuevas tendencias, modas y pensamientos, desarrollando formas de relación llegando a una autonomía colectiva, este lenguaje utilizado por los jóvenes adopta una posición dominante frente a su entorno social.

Hoy en día vivimos una era digital y el lenguaje va más allá de los límites de época es por esto que las instituciones educativas deben afrontar el reto de acoplarse y explorar este nuevo mundo de la comunicación.

“El 90 % de los jóvenes chatea, visita una red social, manda mails o bloggea. Estos son los usos más importantes que los chicos –en todo el mundo -hacen de Internet. Luego siguen: buscar información, hacer la tarea escolar, escuchar o bajar música, ver videos on-line y jugar.

La vida social de los jóvenes hoy se mueve entre dos esferas: la virtual (on-line), en los vínculos que los chicos establecen en el ciberespacio y la real (off line) en el mundo de sus relaciones cara a cara. Los adolescentes entran y salen de ambos universos permanentemente, sin necesidad de distinguir sus fronteras de manera explícita. (Morduchowicz, 2012, págs. 1,2)

El idioma utilizado en redes sociales difiere del lenguaje común monopolizado formalmente en el ámbito laboral o educativo e informal, una forma es la comunicación entre amigos a través de las redes, otra es la comunicación entre amigos existiendo el feedback y por último la comunicación formal entre jóvenes y adultos.

El objetivo radica en decir lo máximo en el mínimo espacio y tiempo posible, los mensajes de texto por celular, los chat de BBM, WhatsApp y las redes sociales son cómplices de este fenómeno de escritura de tal forma que ahora es visto como una herramienta de expresiones masivas y vicios de la escritura generando una cultura digital nueva.

La economía de las palabras se evidencia cada vez más a través de las redes sociales dejando de lado la formalidad incluso se puede evidenciar que esto se ha convertido en un lenguaje común que puede ser entendido por el entorno social, solo basta con mirar y descifrar por un momento los códigos para que sean entendidos.

El estudio Generación 2.0, (2011) Hábitos de uso de las redes sociales en los adolescentes de España y América Latina, impulsado por la Universidad Camilo José Cela, de Madrid, muestra que Ecuador, con un 94,3 % de los encuestados, es el país donde más se usan las redes sociales. (EFE, 2011)

3.1 Definición de la muestra

La población que analiza son jóvenes de 12 a 17 años que utilizan redes sociales tales como: Facebook y Twitter.

- Estudiantes del colegio Sebastián de Benalcázar
- Pertenecientes al cantón Quito
- Que posean un nivel de educación secundario
- Que se encuentren en el rango de edad de 12 a 17 años
- Que poseen acceso a internet
- Que tengan una cuenta registrada en Facebook o Twitter
- Que tengan un medio electrónico directo y de fácil acceso
- Población del colegio: 1.296 estudiantes
- Target: medio
- Ubicación geográfica del hogar: sur de Quito

Teniendo en cuenta esta población el estudio se realizará sobre una muestra de 384 alumnos del Colegio “Sebastián de Benalzar” de 12 a 17 años que utilizan las redes sociales Facebook y Twitter como medio de comunicación, además se dividirá en tres grupos que son:

- 12 y 13 años
- 14 y 15 años
- 16 y 17 años

Tabla 1 Total de la Muestra

Estudiantes de secundaria del Colegio Sebastián de Benalcázar			
Total alumnos de muestra 384			
Edad	Mujeres	Hombres	Total
12	32	32	64
13	32	32	64
14	32	32	64
15	32	32	64
16	32	32	64
17	32	32	64
Total	192	192	384

3.1.1 Alcance cualitativo y cuantitativo

Estará enfocada en una investigación de campo de forma investigativa, descriptiva y social para obtener la información de los adolescentes de 12 a 17 años que utilizan las redes sociales como medio de interacción y que han creado una nueva forma de comunicación a través de abreviaciones y códigos.

Se realizará de manera segmentada y se dividirá por los grupos antes mencionados divididos en edades de:

12 y 13 años pertenecerán al grupo No. 1

14 y 15 años pertenecerán al grupo No. 2

16 y 17 años pertenecerán al grupo No. 3

Cada grupo estará conformado por 128 alumnos, divididos en 64 hombres y 64 mujeres, los estudiantes que conformarán el grupo será previa entrevista, para determinar así si

los estudiantes cumplen con los perfiles de la investigación, además con la autorización del colegio y padres de familia.

La investigación estará enfocada en las nuevas expresiones utilizadas por los adolescentes y aplicará el método de:

Encuestas

Se realizarán 384 encuestas con un banco de 6 preguntas que abarquen temas relacionados a redes sociales, tipo de mensajes, la frecuencia que utilizan Facebook y Twitter, tiempo que pasan conectados y tiempo estimado de conversaciones y el número de personas con las cuales se escriben al día, además de la respectiva investigación de implementación de códigos frecuentes y modificación de palabras.

3.2 Aplicación de encuestas

Cuestionario:

1. ¿Qué red social utilizas más?

Selecciona una respuesta:

- a) Facebook
- b) Twitter
- c) Flickr
- d) Badoo
- e) Youtube
- f) Instagram

2. ¿Qué soporte tecnológico utilizas más?

Selecciona una respuesta:

- a) Computador
- b) Teléfono inteligente
- c) Tablet

d) Otros

3. ¿Qué tiempo te dedicas al día a las redes sociales?

Selecciona una respuesta:

a) De 1 a 3 horas

b) De 4 a 5 horas

c) De 6 a 10 horas

4. ¿Qué tipo de lenguaje utilizas en las redes sociales que frecuentas?

Selecciona una respuesta:

a) Utilizando reglas gramaticales

b) Omitiendo vocales y consonantes

c) Abreviando con símbolos y signos

5. ¿Utilizas emoticones en tus conversaciones?

a) Sí_____

b) No_____

6. ¿Utilizas memes en tus conversaciones?

a) Sí_____

b) No_____

3.3 Resultados obtenidos

Dentro de los resultados obtenidos de la muestra de 12 a 17 años podemos evidenciar según lo descrito en el cuadro adjunto:

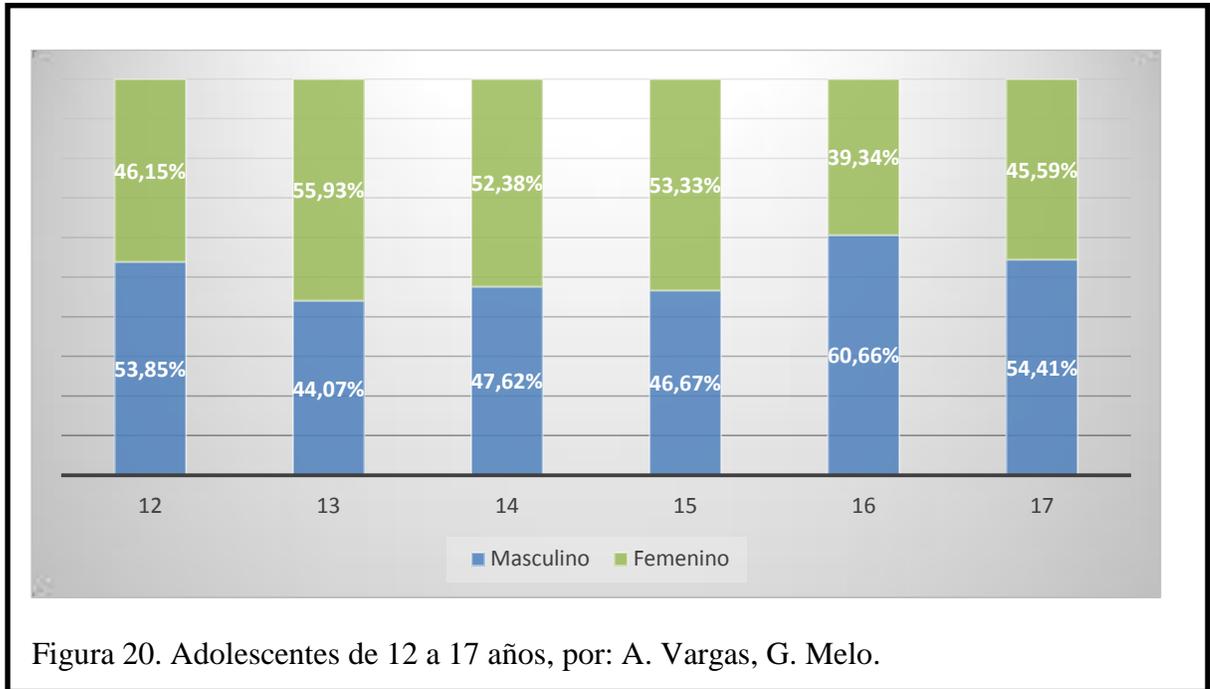


Figura 20. Adolescentes de 12 a 17 años, por: A. Vargas, G. Melo.

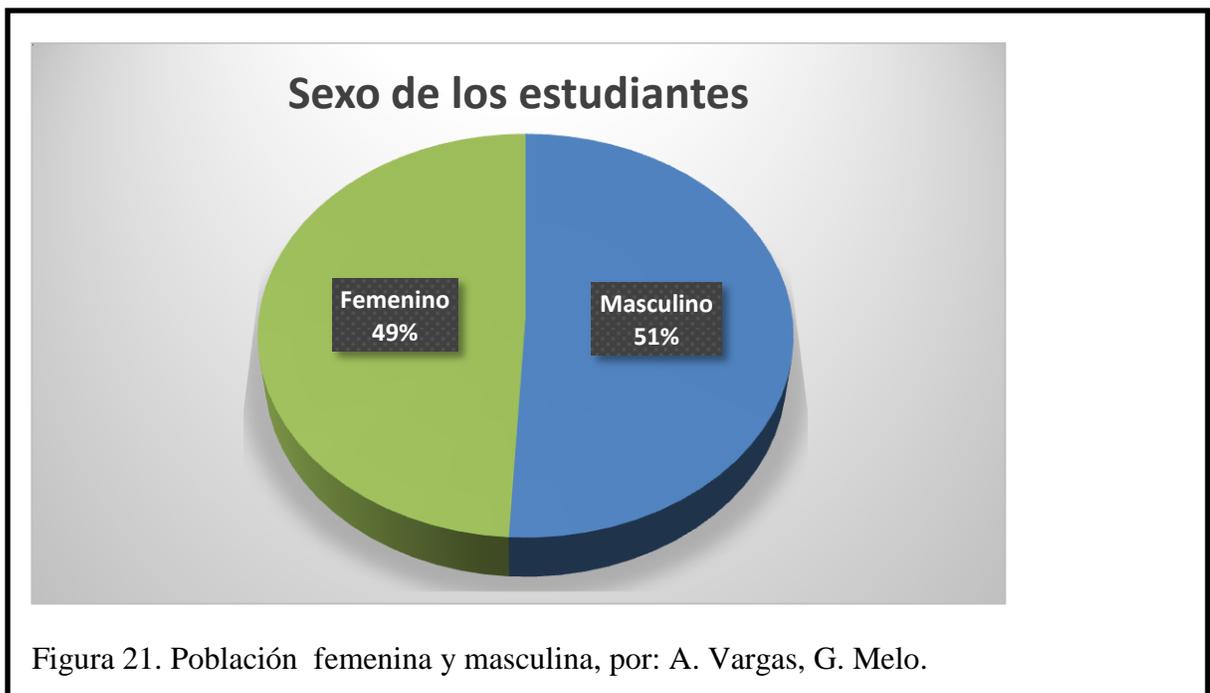


Figura 21. Población femenina y masculina, por: A. Vargas, G. Melo.

Análisis:

Dentro de la encuesta realizada en el Colegio Sebastián de Benalcázar fue recibida con entusiasmo y curiosidad, todos cooperaron de manera voluntaria, tanto hombres como mujeres, dejando de lado la timidez de la edad, además que al tratarse de redes sociales y el medio de la interactividad captó la atención de manera rápida y eficaz.

Los alumnos de 12 a 15 años se mostraron muy interesados en el tema y se mostraban ansiosos para realizar la encuesta, los estudiantes de 16 y 17 años con más seriedad y un poco cancheros lo tomaban con más seriedad.

3.3.1 Tabulación de resultados

Primera pregunta:

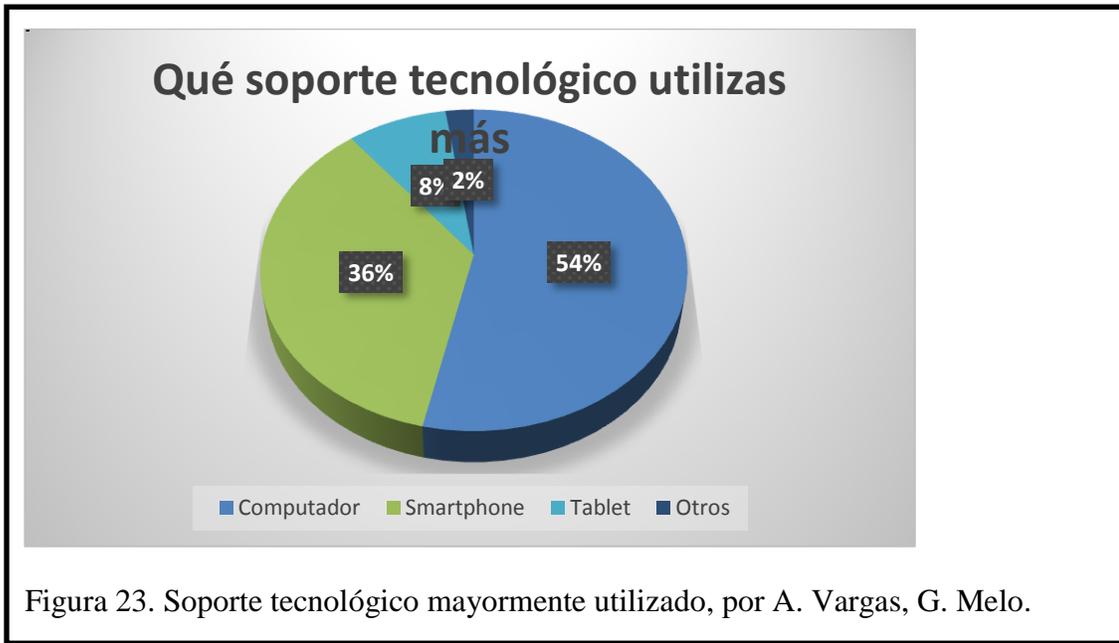


Análisis:

Para los estudiantes la red social más conocida y de mayor acceso es Facebook, esta es un medio de interacción directa con el mundo cibernético y una conexión con las tendencias actuales de relaciones sociales, además que lo consideran como un espacio hasta íntimo y a través de esta se dan a conocer, otra red considerada por los adolescentes como de interacción mediática es YouTube, siendo muy aceptada y

utilizada, el resto de redes como: Twitter, Instagram, Badoo apenas son utilizadas y no son parte de la conexión de los adolescentes.

Segunda pregunta



Análisis:

El soporte tecnológico de mayor uso por los adolescentes es la computadora con un 64.62%, esto quiere decir que dentro del colegio los estudiantes no cuentan con teléfonos inteligentes o planes de datos con internet y el medio de acceso a los mismos es a través de ordenadores fijos y fuera de la institución, mientras tanto apenas un 26,15% cuenta con planes de telefonía celular y puede acceder fácilmente a las redes sociales.

Tercera pregunta



Análisis:

El mayor tiempo que dedican los adolescentes a las redes sociales es de 1 a 3 horas, que son los momentos libres que tiene entre el colegio y las actividades fuera del mismo, además que es el tiempo que pasan en sus hogares, ya que ahí es donde podrían acceder al mismo de manera ilimitada, existe un participación baja que dedica entre 4 a 5 horas en redes sociales, este podría ser el porcentaje que tiene acceso a través del celular.

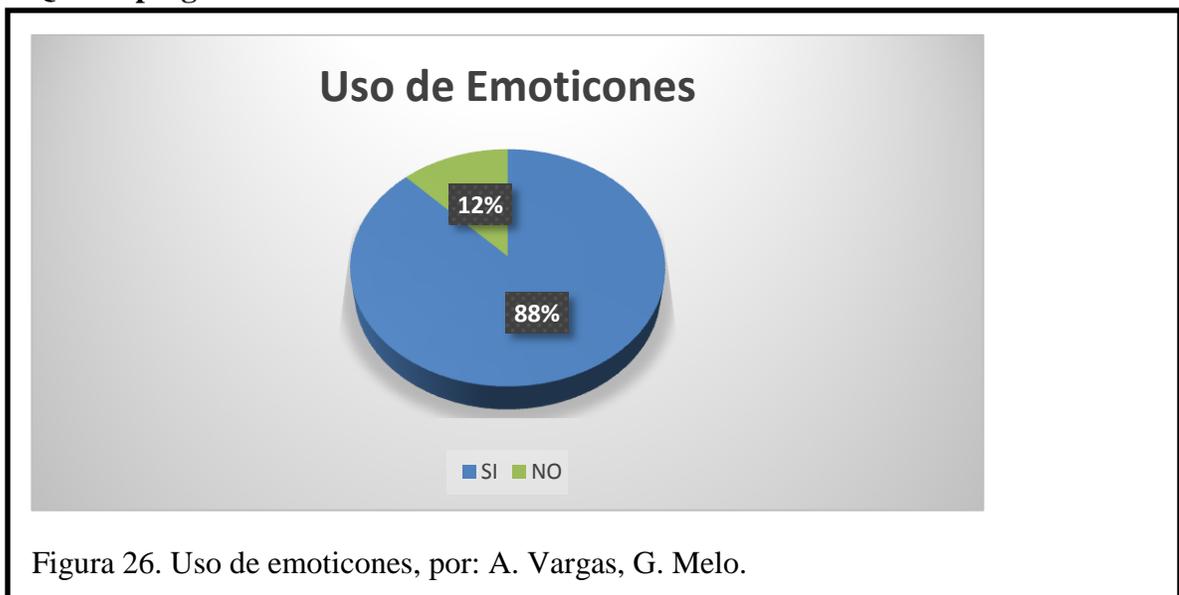
Cuarta pregunta



Análisis:

Entre los adolescentes es muy común que el lenguaje en redes sociales sea transformado evitando el uso de reglas gramaticales sin embargo dentro de esta encuesta encontramos que entre los adolescentes que usan reglas gramaticales y lo que omiten el uso de vocales y consonantes es casi el mismo porcentaje, la variación es de 7 puntos de diferencia, además que existe un grupo que prefiere la comunicación a través de símbolos y signos, es decir que existe una mezcla constante de alteraciones del lenguaje

Quinta pregunta



Análisis:

El uso de emoticones dentro de las redes sociales utilizadas por los adolescentes no es nada común, apenas un 12% de la muestra indica que los usa, además que una gran mayoría desconocía el nombre de “emotición” para las “caras” utilizadas, dentro del estudio utilizado se pudo identificar que el grupo de mujeres era más sensible a la utilización de los mismos y que los varones se resistían a utilizarlos.

Sexta pregunta



Figura 27. Uso de memes, por: A. Vargas, G. Melo.

Análisis:

El uso de memes es mucho más fuerte que la utilización de emoticones, esto se debe a que es una tendencia dentro de las redes sociales y dentro de la comunicación, además de tener un toque de humor dentro de cada meme, es una sátira a los momentos diarios y de las noticias diarias q acontecen el momento, los memes son parte de la interacción en redes sociales.

3.3.2 Lectura de resultados

Dentro de los resultados obtenidos encontramos que, de la muestra de 385 estudiantes adolescentes de 12 a 17 años la red social Facebook con un 81.56% es la más utilizada, en segundo lugar se encuentra YouTube con un 11.43% y en menor cantidad está

Twitter con apenas un 3.12%, el resto de redes como Instagram y Badoo están con apenas un 0.52% de la población.

El soporte tecnológico mayormente utilizado por los adolescentes es el computador con un 54,52%, y con un 34.84% están teléfonos inteligentes, además que tablets y demás aparatos electrónicos representan menos del 10%.

Dentro del Colegio Sebastián de Benalcázar, el tiempo dedicado a las redes sociales hoy en día por los adolescentes es de 1 a 3 horas con un 66.23% y con 25,19% se encuentran los estudiantes que les dedican de cuatro a cinco horas al día, mientras que de seis a diez horas está un 8,57% que se podrían considerar adictos a las redes sociales.

Las respuestas de los adolescentes, sobre el tipo de lenguaje utilizado en las redes sociales, expresan que en un 41.56% utilizan reglas gramaticales, mientras que un 35,84% asegura que emite las vocales y consonantes, y un 22,60% abrevia sus conversaciones con símbolos y signos

Sobre el uso de emoticones entre los adolescentes, un 87,79 % asegura que utiliza en las conversaciones y un 12,21% no los utiliza.

Los memes son utilizados en un 58.18% por los adolescentes y un 41,82 no los utiliza.

3.4 Las Neo-Expresiones

Algo que es indiscutible es que los adolescentes tratan por todos los medios de distinguirse de los adultos y, resaltar y diferenciar el lenguaje utilizado por sus mayores, logrando así que sus compañeros de aula o amigos de grupos en común utilicen el mismo lenguaje, ya que es de esta manera como pueden poner una barrera que les permita utilizar sus invenciones y nuevas expresiones (emoticones y memes).

El lenguaje de las neo-expresiones no se aprende, simplemente se va dando con la cotidianidad de los mensajes y la economía del mismo, además que es creado por los adolescentes y transmitido con mucha rapidez a través de las redes sociales, se podría

decir que se va dando en el contexto de su desenvolvimiento social, como puede ser reuniones, conversaciones y en los espacios de intercomunicación que comparten, dentro de este lenguaje no hay reglas, mientras más difícil sea de entender o leer la palabra es mejor, porque así mantienen un cierto tipo de secretismo y hermetismo.

Las neo-expresiones no son difíciles de entender, es toda una invención e imaginación, es un lenguaje de adaptación y de cierto modo algunas palabras o expresiones van ingresando como parte del lenguaje cotidiano, este lenguaje podría ser muy transitorio, que durará solo un tiempo, se puede decir que no pasará a integrar el diccionario y el vocabulario, esto es moda de los adolescentes, algunos ejemplos de frases utilizadas que perecieron en el tiempo como:

Tabla 2. Ejemplos de lenguaje cotidiano

Ser un disco rayado	Estar hasta la coronilla	Estar con cantaleta, estar con gadejo, etc.
---------------------	--------------------------	---

Nota. Por: A. Vargas, G. Melo

Claro que las nuevas expresiones utilizadas hoy en día varían bastante de las mencionadas anteriormente, hoy para ahorrar palabras y texto existe la supresión de vocales y consonantes es decir podemos encontrar textos escritos así:

Tabla 3. Ejemplos de lenguaje en redes sociales

Ola q ase	sta noche vox dnd mi ma	la prvia dnd el brou.
Aka	kuando	T k muxo
C dbn	Kntigo	beia
Sehas	T are tstamento	hermosas

Nota. Por: A. Vargas, G. Melo

Ahora los jóvenes utilizan todo las palabras de manera alargada por ejemplo:

Tabla 4. Ejemplos de lenguaje expresivo

Relindooooo	Holiiiiiii	dooooonde	akaaaaaa
-------------	------------	-----------	----------

Nota. Por: A. Vargas, G. Melo

No todos los adolescentes de un país utilizan los mismos códigos para comunicarse. Así como las diferencias culturales se dan entre los adultos, también se evidencian entre los jóvenes.

Los que pertenecen a un determinado nivel social se expresan de una forma y se comprenden entre sí; los que provienen de niveles sociales diferentes utilizan una jerga dispareja y también se comunican. Lo que, probablemente, no suceda es que ambos grupos se entiendan entre sí, a pesar de ser de una misma edad.

También se establecen diferencias entre el habla de los jóvenes, aunque sean del mismo país, cada lugar o provincia tiene sus acentos específicos y sus jergas determinadas, así mismo sucede dentro de la escritura, va variando de acuerdo a los sectores, culturas y lugares donde se vaya dando y creando.

Este idioma tan particular se va dando y sobresale más en el habla que de forma escrita, pero lo que es una realidad es cuando el adolescente debe escribir un examen, una prueba o una carta y se tiene que ver obligados a escribir con reglas gramaticales.

Las neo-expresiones en los adolescentes se manejan de manera directa a través de las redes sociales, en Facebook es donde mayormente se comunican y en donde se puede evidenciar las mismas.

3.4.1 Los Memes

El nuevo caldo de la cultura humana. Necesitamos un nombre para el nuevo replicador, un sustantivo que conlleve la idea de una unidad de transmisión cultural, o una unidad de imitación. «Mimeme» se deriva de una apropiada raíz griega, pero deseo un monosílabo que suene algo parecido a «gen». (Dawkins, 1976, págs. 211,212)

Los memes dentro de la comunicación han pasado hacer contestaciones socioculturales, al ser parte de los contenidos de mensajes de adolescentes y adultos, además son parte de la información en el lenguaje comunicacional y de las interacciones mediáticas.

Se puede decir que son parte importante del aprendizaje a través de los tiempos y de las memorias culturales, en metodologías y conocimiento, tradición y la institucionalización de los actores, están radicados en una connotación de humor y complicidad de simpatía y así logran expresar varias formas del lenguaje, llegando así a la memoria colectiva, es de esta manera que no se transmiten, se comparten y crean una corriente mediática.

Los memes se van reproduciéndose de manera indefinida de un usuario a otro y cada uno tiene una connotación del momento y del espacio y una situación específica que acoge a la cotidianidad de las redes sociales, muchas de la veces los memes van sufriendo mutaciones pero siempre llegando a comunicar algo.

Se podrían identificar como unidades de información que abarcan una historia específica, los memes siempre vamos a encontrar en las redes sociales logrando comunicar en cada instancia.

	Meme de FOREVER ALONE
<div style="display: flex; flex-direction: column;"> <div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="text-align: center; width: 50%;"> <p>YO CUANDO ESTOY SOLTERO</p> <p>→</p> </div> <div style="width: 50%;">  </div> </div> <div style="display: flex; align-items: center; margin-top: 10px;"> <div style="text-align: center; width: 50%;"> <p>YO CUANDO TENGO NOVIA</p> <p>→</p> </div> <div style="width: 50%;">  </div> </div> </div>	Meme de red Social, Facebook y Twitter
	Crismanich, acreedor del único Oro Olímpico obtenido por Argentina, se vuelve protagonista involuntario de un Meme. La información inferida del mismo (que su logro deportivo se debe únicamente a un abnegado esfuerzo personal, sin ayuda gubernamental de ningún tipo) resultó ser falsa, pero ese detalle pasa a ser anecdótico.

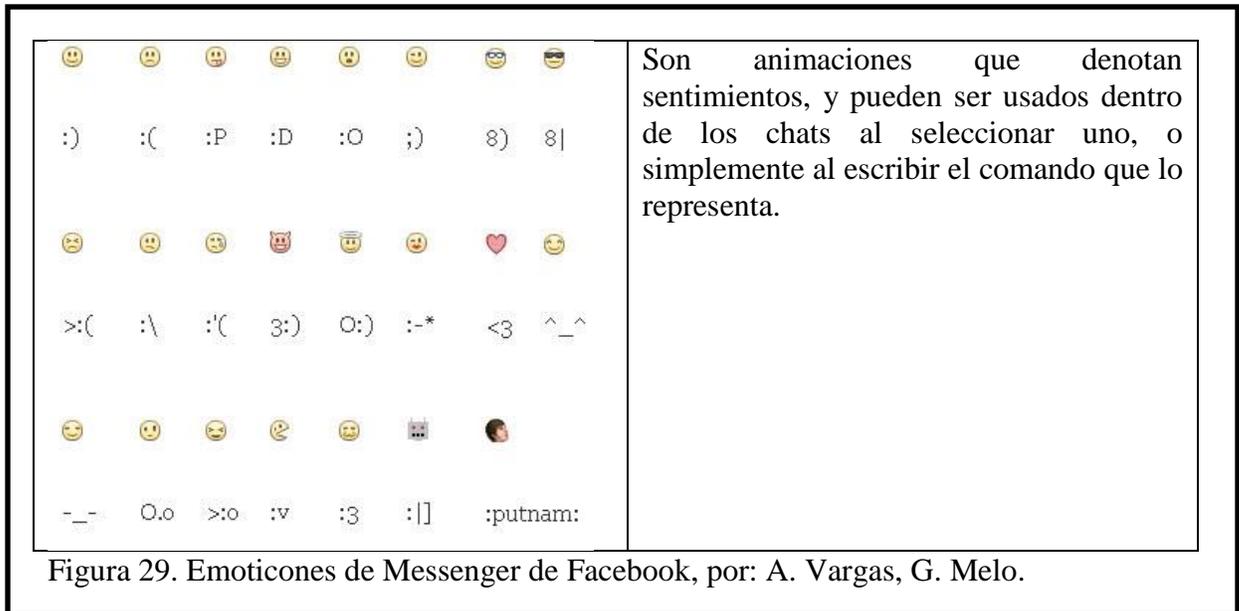
Figura 28. Los memes, por: A. Vargas, G. Melo.

“Algunos memes, como ciertos genes, alcanzan un éxito brillante a corto plazo al expandirse rápidamente pero no duran mucho en el acervo de memes” (Dawkins, 1976, pág. 217).

3.4.2 Los Emoticones

El nombre “emoticon” viene de la palabra emoción e “icon”, es decir un icono que representa una emoción, y es una manera de comunicarse con “emociones” que muestran un pensamiento o una idea, muchas de las veces sirven para expresar algo sin utilizar palabras, además que al enviar un emoticon dentro de una conversación se puede acentuar alegría o enojo, también se pueden suavizar conversaciones densas y alivianar palabras con el uso de los mismos.

Son representaciones faciales en gráficos, como las que podemos observar a continuación:



Con los emoticones el lenguaje escrito pasa también a mostrar sentimientos a través de expresiones como pueden ser: amor, odio, tristeza, ira, ironía, y es así como rompe la frialdad de los mensajes de texto e interacciones mediáticas.

Con los emoticones el lenguaje escrito pasa también a mostrar sentimientos a través de expresiones como pueden ser: amor, odio, tristeza, ira, ironía, y es así como rompe la frialdad de los mensajes de texto e interacciones mediáticas, ya que al momento de escribir un mensaje no se puede mostrar la entonación o expresión facial al momento de escribir por lo que hace que a menudo se produzcan malentendidos en la interpretación de los mensajes de los internautas.

“Ya me caíste mal!!”	Así suena frío y duro
	Al agregar los emoticones el mensaje cambia de contexto y se vuelve más amigable y hasta gracioso

Figura 30. Uso de emoticons Por: A. Vargas, G. Melo.

CAPÍTULO 4

DESARROLLO DEL PRODUCTO

La internet ha sido el principal motor de cambio en lo referente a medios de comunicación, la llamada red de redes sobre la cual se basan las ya conocidas redes sociales son la base de una nueva forma de comunicación.

Internet se ha convertido en una gran base de datos que almacena gran cantidad de información generada por sus usuarios, siendo estos profesionales de la comunicación o simples aficionados.

Los medios convencionales de comunicación como eran en el pasado los periódicos, la radio y la televisión han tenido que adaptarse a esta nueva tendencia de comunicación digital. Estamos frente a un nuevo modelo de comunicación e información motivada por la convergencia tecnología de los medios en el internet, el trabajo de los comunicadores también se ha visto influenciado por esta tendencia, ahora la información es comunitaria y cada comunicador debe llegar a ser parte de una colectividad digital donde puede crear, expresar, compartir e informar.

El cambio comienza en la periferia. Es allí donde la gente –nuestros lectores y espectadores– prueba nuevas prácticas. Es también donde su cultura emergente se está formando, una cultura en la cual ellos miran los medios desde una perspectiva diferente. Y así también el nuevo pensamiento de los periodistas necesita comenzar en la periferia, donde el cambio viene rápidamente entre la generación de usuarios más jóvenes, y mucho más lentamente para los comunicadores. (Pisa, 2006)

Toda esta evolución en la comunicación ha dado lugar a los llamados medios de comunicación social (social media) que se basan en la llamada web 2.0. Los medios de información social utilizan herramientas para comunicar, interactuar y publicar en

internet. Esto facilita y fomenta la participación de los usuarios en la generación de investigación.

En este sentido existe un cambio en la audiencias a las que se dirige la información hemos pasado de una comunicación focalizada en individuos a comunidades que comparten intereses similares.

En la comunicación, la audiencia se caracteriza por una relación unidireccional entre el emisor y el receptor y por la desconexión de sus miembros unos de otros: un patrón de uno a muchos. Por contraste, en una comunidad la gente normalmente recibe y envía mensajes, los miembros están conectados entre sí, no sólo a través de un nodo central: es un patrón de muchos a muchos. (Vivar, 2009, pág. 75)

Los medios de comunicación sociales son espacios virtuales organizados donde los usuarios son capaces de añadir, modificar y suprimir información y de igual manera asociar nueva información y modificar la forma en la que se presenta.

Por ejemplo, si uno desea leer un periódico en internet tiene la posibilidad de votar la noticia, comentarla, debatirla con otro lector y guardar dicha noticia.

Estas nuevas capacidades de los medios sociales han permitido acercar a la gente y traer a la modernidad la sensación de comunidad que se tenía en el pasado solo que ahora en el mundo digital.

Una buena forma de definir los medios sociales es justamente la necesidad del ser humano de ser humano, es decir, poder compartir ideas, cooperar y colaborar, libertad para pensar y opinar, poder debatir y discutir, reencontrarse con gente y formar el sentido de comunidad que se ha perdido con los años.



Figura 31. Concepto de medios sociales basados en la web 2.0. (Gómez, 2010)

4.1 Medios Digitales

4.1.1 Medios sociales y su clasificación

Los medios sociales pueden ser definidos también como nuevas formas de comunicación en línea, los cuales comparten ciertas características como participativos, abiertos, conversacionales, comunitarios y cooperativos.

De forma general se podría clasificar a los medios sociales en seis grandes categorías basados en las características que permite cada uno de ellos, estas categorías son:

- Redes sociales.- son sitios web donde las personas pueden construir perfiles personales y conectarse con sus amigos para compartir contenido y mantener la comunicación. Las redes más conocidas y usadas en Latinoamérica son Facebook.
- Blogs.- estos pueden ser definidos como diarios en línea donde su creador puede compartir información e interactuar con sus lectores. Las entradas de información en un blog se almacenan desde la más reciente a la más antigua. Se

estima que existen más de 100 millones de blogs en el internet. Los servicios más conocidos de blog son Blogger y Wordpress.

- Wikis.- estos son espacios web donde las personas pueden añadir y editar la información que existe en ellos. Estos sitios se podría decir que son bases de conocimiento comunitarias. Estos sitios se caracterizan porque sus usuarios son los constantes generadores de información. El sitio más conocido de este tipo es Wikipedia la mayor enciclopedia en línea, al día de hoy Wikipedia contiene más de 2 millones de artículos en inglés.
- Podcats.- Son transmisiones de audio y video bajo suscripción, el servicio más popular de podcast es iTunes de Apple.
- Foros.- son sitios web donde las personas pueden debatir en torno a temas e intereses específicos. Los foros existen desde el inicio del internet debido a que son una forma de compartir puntos de vista en las comunidades en línea.
- Comunidades de contenido.- estas comunidades en línea organizan y comportan tipos específicos de contenido. Las comunidades más utilizadas y mayormente conocidas en base a su tendencia son en compartición de fotos Flickr e Instagram, videos Youtube y música Last.fm.
- Microblogging.- se podría decir que es un subconjunto de las redes sociales, ya que son comunidades donde se comparten actualizaciones instantáneas donde los usuarios comparten información, intereses, comentarios, puntos de vista, etc. El servicio más popular y el pionero en este segmento es Twitter.

Los medios sociales también han incentivado la evolución de nuevas ideas que han permitido el desarrollo de servicios, modelos de negocios y la evolución de las tecnologías.

4.1.2 Análisis del impacto y costos

En el pasado la habilidad de crear y distribuir un contenido a una audiencia estaba limitada a individuos y organizaciones que eran los dueños de la infraestructura y las facilidades para la producción, es decir la capacidad de crear un contenido estaba en manos de unos pocos que tenían los recursos para esto, por ejemplo si alguien deseaba crear un video y distribuirlo tenía que acudir a una estación de televisión y emplear a varios individuos para escribir, filmar, editar y emitir el contenido.

Con la evolución de la tecnología digital, el internet y los medios sociales todo esto cambio, cualquier persona tienen capacidad y la habilidad de crear, producir y distribuir un contenido digital. Es decir, ahora las personas pueden crear su propio contenido con imágenes, palabras, videos y audio con una facilidad no antes vista en el pasado.

Hoy en día con computadores de bajo costo, cámaras digitales y conexión a internet se puede empezar a producir un producto digital. Cualquier persona es capaz de levantar un sitio web de información en minutos.

Pero la producción es solo la mitad de la historia, la segunda rueda de engranaje que hace que la comunicación fluya es la distribución del contenido, es decir como hago llegar mi contenido a la audiencia objetivo. De igual manera, el internet y las nuevas tecnologías ha facilitado en gran manera esta tarea. Al colocar el contenido en internet garantizamos la distribución de nuestro contenido y en realidad en lo que debemos enfocar esfuerzos debe ser en atraer el interés de los lectores al contenido, el impacto de los medios sociales o digitales basándonos en las capacidades que cada uno puede brindar a la audiencia objetivo. Se evaluará la capacidad de expresar-crear, compartir, divertir, cooperar e informar.

En la siguiente tabla se muestra la influencia de los distintos medios:

Tabla 5.

Influencia de los medios digitales.

	Expresar/Crear	Compartir	Divertir	Cooperar	Informar
Redes Sociales	✓	✓	✓	.	✓
Wikis	✓	✓	.	✓	✓
Blogs	✓	✓	.	.	✓
Foros	✓	✓	.	✓	✓
Podcast	✓	.	✓	.	✓
Microblogging	✓	✓	✓	.	✓

Por: A. Vargas, G. Melo.

4.2 Desarrollo de la propuesta del producto

Para publicar los resultados del análisis realizado sobre las neo expresiones en redes sociales vamos a utilizar como producto un blog ya que el mismo permite de forma fácil y con bajo costo producir, publicar y distribuir los resultados de esta investigación.

El blog debido a sus características es el producto ideal ya que nos permite crear e informar y recibir retro-alimentación de los lectores interesados en la influencia de las redes sociales en el lenguaje escrito de los jóvenes, para empezar a entender de mejor manera el producto determina dar algunos lineamientos de en qué consiste un blog.

4.3 Definición de blog y cómo funciona

El blog viene de las palabras inglesas “web log”, el blog nació como un registro de las actividades que se realizaban en un sitio web, de ahí su forma de organización en donde los artículos se presentan de forma cronológicamente, el artículo o la información más actual se presenta primero. También a un blog se lo puede considerar un diario digital.

Los blogs tienen incorporan una estructura similar a un red social ya que cada blog puede hacer las veces de perfil de un usuario y desde cada blog se puede enlazar con otros blogs de otros usuarios y de esta manera se compartir gustos, aficiones o relaciones de amistad.

Los blogs normalmente son escritos de una forma en la cual se genera cercanía con el lector final, es decir, se trata de establecer un estilo de escritura conversacional. De igual manera, el blog debe tener un tópico o interés específico teniendo en cuenta la audiencia a la cual va dirigido.

Otras características relevantes de un blog son la posibilidad de incorporar dentro del texto del artículo vínculos a otros artículos y otras páginas web. También la posibilidad de que los lectores del mismo puedan dejar sus comentarios es una característica relevante de un blog, esto permite al creador del contenido establecer el grado de aceptación de la información o contenido publicado.

Finalmente, los blogs permiten tener suscripciones es decir lectores reciben notificaciones de actualizaciones o nuevos contenidos mediante la tecnología RSS (Really Simple Syndication).

4.4 Definición del producto

Para publicar nuestra publicación utilizaremos un blog como antes lo hemos mencionado, para esto crearemos uno en el sitio web Blogger, es la mayor plataforma de blogs que existe en la actualidad, fue adquirida por Google en el año 2003 y es una plataforma que permite crear blogs sin costo.

El blog tendrá como tema principal el análisis de las neo-expresiones usadas en redes sociales por los jóvenes de entre 12 y 17 años.

En el blog se incorporará el siguiente contenido:

- Introducción al mundo de las redes sociales
- Influencia de las redes sociales en el lenguaje
- Definición de neo expresiones
- Resultados del estudio realizado en el colegio Sebastián de Benalcázar
- Transcripción de las entrevistas realizadas
- Análisis cualitativos y cuantitativos del estudio
- Archivo fotográfico del estudio
- Conclusiones

El objetivo de este blog será en convertirse en un fuente de consulta en lo referente a la influencia de las redes sociales en el lenguaje y como han dado cabida a la aparición de las llamadas neo expresiones.

4.4.1 Creación del blog

Para la creación del blog utilizaremos la plataforma gratuita de Blogger.com. Los pasos para la creación del mismo son los siguientes:

1. Ingresamos al sitio web <http://www.blogger.com>
2. Aquí nos solicitarán un usuario y una contraseña o podemos crear un nuevo usuario. La plataforma se encuentra totalmente integrada con las cuentas de Google.
3. Posteriormente en la pantalla de administración de Blogger nos permitirá crear nuestro blog.
4. Nos solicitará que ingresemos el título y la dirección web de nuestro blog. También nos permitirá elegir el diseño del blog.
5. Con esto tendremos creado nuestro blog neoexpresiones.blogspot.com.
6. Procedemos a ingresar nuestra primera entrada o nuestro primer artículo.
7. Finalmente nuestro blog quedo de la siguiente manera:



Figura 32 Blog neoexpresiones.blogspot.com, fecha: 26 de febrero de 2014

Por: A. Vargas, G. Melo

CONCLUSIONES

La muestra fue tomada con 385 estudiantes del Colegio Sebastián de Benalcázar, en igualdad de sexo, masculino y femenino, esta muestra nos indica que está concentrada en estudiantes de 12 a 17 años de los cursos de 8vo, 9no, 10mo, 1ero, 2do y 3ero de bachillerato, respectivamente, además se puede apreciar que las encuestas de 11 y 18 años son depreciables, para tomar la muestra nos tomó alrededor de 5 horas, ya que fue en un paralelo por curso, la muestra se combina de forma equitativa entre hombres (51%) y mujeres (49%).

Los estudiantes aceptaron sin dificultad las encuestas, además que se mostraron participativos y colaborativos, los estudiantes de 12 a 15 años se mostraban bastante interesados, sin embargo no conocían lo emoticones y memes con ese nombre, para ellos solo eran “caritas animadas del Facebook”, hasta que se les explicaba cuáles son, y así podían responder con facilidad.

Los alumnos de cursos superiores, se mostraron interesados sin embargo la interacción fue de diferente manera ya que se mostraban más serios con el tema, y curiosos por la investigación, tuvieron los mismos problemas con el nombre de los memes y emoticones, ya que no eran conocidos con esos nombres, es más no sabían que tenían un nombre.

Las redes más usadas por los jóvenes del Colegio Sebastián de Benalcázar son Facebook y YouTube, además que nos indica que la red social Twitter no es usada por los jóvenes de este rango de edad, se puede observar de manera interesante es que los jóvenes consideran a YouTube como una red social y la gran mayoría la utiliza para socializar, además que YouTube es una comunidad para los amantes de los videos.

La mayor parte de los adolescentes encuestados un (66%) dedican entre 1 y 3 horas a redes sociales, sin embargo, existe un 25% que utiliza entre 4 a 5 horas y un 9% dedican

de 6 a 10 horas, estos adolescentes en este último rango de uso pueden considerarse como adictos a redes sociales.

La muestra tomada en el Colegio Benalcázar nos indica que el uso de redes sociales es directamente proporcional a la edad, es decir a mayor edad existe un mayor uso de redes sociales.

Por ejemplo los jóvenes de 12 a 13 años utilizan mayoritariamente entre 1 a 3 horas las redes sociales, mientras que un 50% de los jóvenes de 15 a 17 años interactúan y se interconectan por más de 4 horas en redes sociales.

Dentro de la muestra y como parte del estudio de las redes sociales en el Ecuador, el 41% de jóvenes utilizan la ortografía en sus comunicaciones, mientras que el 59% utiliza lo que llamamos neo-expresiones, que son consideradas como las omisiones de vocales o consonantes y el uso de símbolos y abreviaciones, con esto se confirma que las neo-expresiones son usadas por los adolescentes en el rango de edad de 12 a 17 años en redes sociales.

Dentro de las conversaciones impartidas por medio de las redes sociales, la gran mayoría de jóvenes (88%) utilizan los emoticones para comunicarse con sus contactos, mientras que los memes todavía no son tan difundidos y muy conocidos apenas un 42% los utilizan.

Además que dentro del estudio de campo los adolescentes no sabían el nombre en concreto de los “emoticones y memes”, no los conocían con este nombre, sin embargo los utilizan a menudo, además que se podía evidenciar que prefieren los textos cortos, los hombre expresaban que utilizar los emoticones y memes era cursi, mientras las mujeres que era más fácil de decir algo.

Los adolescentes de 12 a 17 años se comunican de forma equitativa entre computadores y dispositivos móviles (teléfono inteligente o Tablet)

La red social YouTube, es utilizada como medio de interacción social, no solo como un medio para ver videos, también a través de esta pueden seguir grupos específicos de interés, bandas, suben videos, y comparten, además que se pueden ver vulnerables, porque a través de este medio no pueden ser controlados por los padres, es una red social que se puede tener con cuenta propia a través de Google o simplemente acceder a través de un ordenador.

Para los adolescentes no existe un nombre específico para los llamados “emoticones y memes, no se evidencia un interés por saber el nombre de las tendencias tecnológicas en las redes sociales, simplemente se limitan a usar y sacar provecho de las mismas, además que son parte esencial de sus conversaciones.

LISTA DE REFERENCIAS

- Albaih, K. (10 de agosto de 2011). *ab Internet*. Obtenido de ab Internet:
<http://www.abinternet.es/el-tono-de-la-conversacion-en-las-redes-sociales/>)
- Almeida, M. (04 de Octubre de 2007). *Mangas Verdes*. Obtenido de Mangas Verdes:
<http://mangasverdes.es/2007/10/04/solo-un-10-de-las-editoriales-espanolas-participa-en-la-wikipedia/>
- Álvarez, B. (7 de abril de 2011). *Entornos virtuales de aprendizaje*. Obtenido de Entornos virtuales de aprendizaje:
yeguaromina.blogspot.com/2011_04_01_archive.html
- Barbero, J. M. (1998). *De los Medios a las Mediaciones*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- Bermúdez, P. (18 de septiembre de 2013). *Hashtag*. Obtenido de La Convergencia entre Search (SEO) y Social Media : <http://www.hashtag.pe/2013/09/18/la-convergencia-entre-search-y-social-seo/>
- Cassirer, E. (1948). *Saggio sull'uomo*. Milan: Longanesi.
- Dawkins, R. (1976). *El Gen Egoísta*. Salvat.
- EFE, A. (11 de noviembre de 2011). *El Universo*. Obtenido de La popularidad de Facebook en Ecuador ronda el 53 %:
<http://www.eluniverso.com/2011/11/11/1/1431/facebook-gana-jovenes-latinoamericanos-espanoles-prefieren-tuenti.html>
- Forecast, L. A. (s.f.). *Latin America Forecast 2012* . Quito: Pyramid Research.
- Galvis. (1992). *Ingeniería de Software Educativo*. Bogotá: Universidad de los Andes.
- Gómez, F. (2010). *El pequeño libro de las redes sociales*. Medialive Content.
- Gubern, R. (2000). *El Eros Electrónico*. Madrid: Grupo Santillana.
- Jaramillo, J. R. (s.f.). *Avances en el proyecto La comunicación no verbal en Interfaces gráficas*. Obtenido de Universidad Pontificia Bolivariana: http://juliana-restrepo.weebly.com/uploads/9/3/2/5/932554/ponencia_octavo_festival_internacional_de_la_imagen.pdf
- Lévy, P. (1999). *El análisis de los espectáculos*. Barcelona: Paidós.
- Lotman, Y. (1979). *Semiótica de la cultura*. Madrid: Catedra.

- Mardones, M. Á. (1999). *Comunicación e Imaginarios Frente al Nuevo Milenio*. Quito: Abya-Yala.
- Martínez, M. C. (21 de septiembre de 2010). *Ciudad @ City*. Obtenido de Comunicación Social Media y Alfabetización digital:
<http://srtamartinez.blogspot.com/2010/09/medios-e-integracion-de-audiencias-una.html>
- Mattelart, A. y. (1997). *Historia de las teorías de la Comunicación*. Buenos Aires : Paidós.
- Morduchowicz, R. (2012). *Conexión Pediátrica*. Obtenido de Conexión Pediátrica:
<http://www.conexionpediatrica.org/index.php/conexion/article/viewFile/259/281>
- Multimedia, P. (11 de Abril de 2011). *Periodismo Multimedia*. Obtenido de Periodismo Multimedia: <http://periodismomultimediamariaelenamq.wordpress.com/>
- Murray, J. H. (1999). *Hamlet en la Holocubierta*. Barcelona: Paidós.
- Pisa, F. (2006). Journalism and Web 2.0. *Nieman Report*.
- Ponce, I. (17 de abril de 2012). *Observatorio Tecnológico* . Obtenido de Redes sociales:
<http://recursostic.educacion.es/observatorio/web/es/component/content/article/1043-redes-sociales?showall=1>
- Salinas, J. (2003). *Comunidades Virtuales y Aprendizaje Digital* . Islas Baleares: Universidad de las Islas Baleares.
- Sartori, G. (2002). *Homo Videns*. Madrid : Grupo Santillana.
- Susana. (5 de diciembre de 2012). *Construyendo una familia* . Obtenido de Construyendo una familia :
<http://www.construyendounafamilia.com/2012/12/estados-de-animo.html?showComment=1354861372150#c8165043570431559323>
- Thompson, J. B. (1998). *Los Media y la Modernidad*. Madrid: Espasa Libros.
- Valverde. (2001). *Aprehender la relación imagen-texto*. Obtenido de Aprehender la relación imagen-texto:
<http://www.ugr.es/~imagenytexto/Material/2008/Parte1/3.htm>
- Valverde. (s.f.). *De la realidad a la imagen y de la imagen a la realidad*. Obtenido de <http://www.ugr.es/~imagenytexto/Material/2008/Parte1/3.htm>
- Vivar, J. M. (2009). Nuevos modelos de comunicación, perfiles y tendencias en las redes sociales. *Comunicar*, 75.

Zecchetto, V. (2002). *La Danza de los Signos*. Quito: Abya-Yala.

ANEXOS

Encuesta 1:

Profesora de la Universidad Politécnica Salesiana

1.- ¿Cómo usted ve el uso de las redes sociales en los jóvenes y como afectado la escritura el uso de la misma?

Bueno el uso de las redes, creo que es de conocimiento de público y se va incrementando cada vez más, parece que no influye ni la posición económica, porque hay muchas formas de acceder a las redes sociales a través de internet gratuito con el municipio y con ciertas instituciones que a favor de los jóvenes han instalado este servicio de uso de computadoras etcétera, eso se está expandiendo cada vez más en celulares, a través del ordenador, es muy general.

Como eso afectado en el uso, yo creo que en la ortografía del español para ser más precisa, afecta bastante, desde el punto de vista de la creatividad, uno no le vería problema, ósea todos los juegos de palabras, todas las palabras nuevas, las contracciones que encuentran en las redes, dan cuenta de cómo los jóvenes han resumido el lenguaje español, pero si vamos al campo de las reglas ortográficas ahí si hay unas rupturas bien grandes porque en la misma red circulan a veces carteles de uso muy frecuente por los jóvenes con faltas de ortografía muy grandes, o con uso de verbos completamente distorsionados como el “haber” de auxiliar o el “a ver” de ir a ver algo, entonces son ya construcciones a veces no solo sintácticas si no semánticas, ahí si uno dice, bueno que está pasando, es grave la influencia en ese sentido del uso de las reglas, creo que ahí hay que diferenciar un poco, el uso de las reglas del español está sufriendo una de baque con la expansión de las reglas, pero en cuanto a la creatividad, a la apropiación de la lengua española, los jóvenes dan cuenta, mucha creatividad, mucha fusión, mucha versatilidad, por el uso del inglés por ejemplo, mesclar inglés-español o usar palabras en inglés para españolizarlas o crear nuevos términos, entonces esto dando cuenta de crear dinamismo de la lengua, yo en ese sentido vería que es muy beneficioso que los jóvenes usen las redes que se expresen, usen el idioma, hagan cambios, es muy dinámico en ese sentido.

2.- ¿Este dinamismo como podría ser para que no afecte al uso de reglas gramaticales, porque no permite a los adultos entender que está pasando a los jóvenes?

Bueno yo creo que el problema mayor va hacer de los profesores, ahora los adultos de cierta manera debemos asumir que los jóvenes están cambiando, y tenemos que asumir que la lengua cambia y si dejamos que la lengua se estanque, la lengua va a morir, parte de la creatividad y del dinamismo está dando cuenta de los cambios de la lengua, hemos introducido tantas palabras, del francés, del inglés, del árabe al español que no han llegado afectar, ose ata, también presionar para decir no estos usos, no estas formar de usar la lengua es una forma de restringir, creo que de alguna manera no sé en qué sentido la misma tecnología podría marcarnos cuando estamos usando algo nuevo, cuando estamos dañando la ortografía cuando estamos dañando, cuando no usamos correctamente un término en alcance semántico, tal vez la misma tecnología podría corregirnos.

3.- ¿Cree usted a futuro se elimine toda la ortografía y se suplante por las nuevas abreviaciones?

No creo por tendría que ser como un manejo universal de todos los hablantes del español, ahora esta alteración de la ortografía, no es propia de los jóvenes, García Márquez ya en un congreso de la real academia de la lengua dijo “jubilemos la ortografía” y él quería que se supriman las H mudas que no suenan y que causan graves problemas, quería que se fusionen la S, Z, C que también ocasionan problemas graves, entonces la preocupación no viene solo de los jóvenes en el uso, aunque teóricamente no estén reflexionando en eso, pero desde la lingüística si hemos reflexionado y la ortografía del español es de tradición histórica, no es una ortografía que corresponda a lo que es la lengua, es decir científicamente la ortografía en el español tendría que ser de acuerdo a como la fonología no dice como son los fonemas, de ahí por ejemplo en el Ecuador la B y la V no tendrían razón de distinguirse igual la S C o la Z por que no hacemos esa diferencia aquí en américa latina, no hablamos así, en ese sentido creo que los jóvenes son muy prácticos y hay que tomar en cuenta otro concepto que también es importante que es la economía del lenguaje, entonces en esta época que todo fluye tan rápido como que la economía del lenguaje es lo más importante entre los jóvenes

entonces de ahí la supresión de palabras por símbolos, iconos, emoticones, etcétera, entonces es como estar más bien al tiempo a la medida de los tiempos que corren rápido.

¿Usted qué opina del incremento de emoticones y memes para la comunicación?

En ese sentido de que agilitan todo y en esta época que el tiempo es cotizado ya en moneda, pues eso también está reflejado en el mercado, ahora creo que lo reprochable es que dejemos que eso sustituya nuestras relaciones personales o nuestra comunicación a diario o interpersonal en contacto con las personas, pero mientras este en ese sentido como una comunicación rápida porque a veces que se necesita una respuesta inmediata un contacto inmediato y en ese sentido los emoticones, los memes juegan ese papel y lo juegan bien y como hay el dicho muy antiguo que una imagen vale más que mil palabras de pronto un emoticón te dice mucho más de cómo te estas sintiendo, antes que lo escribas.

Encuesta 2:

Master en Gestión de Educomunicación

Profesora de la Universidad Politécnica Salesiana

1. ¿Cómo considera usted que aporta el uso de las redes sociales en los jóvenes dentro de la comunicación y cuáles serían los más frecuentes?

Las redes sociales como tal nacieron como un aporte a nivel mundial, la idea era acortar distancias y generar un vínculo más cercano con otros tipo de personas, lugares y entornos, eso se supone nos enriquece a nosotros porque conocemos de otras culturas, entornos como nosotros también podemos difundir lo nuestro incluso ha hecho que en cuanto a la música, al cine a los textos, gracias al hipertexto nosotros estemos en contacto con otros países con otro tipo de concepciones culturales entonces el aporte es amplió, grande, ahora en las redes sociales hay de dos tipos generalmente, redes para el entretenimiento y redes sociales para estudios científicos para personas que tienen una profesión para negocios, entonces ahí nosotros tenemos la diferencia entre las redes informales y las de carácter formal, las dos son beneficiosas, porque las unas nos brindan un tiempo de ocio mientras que las otras en cambio nos dan un aporte mucho más cercano a las carreras hacia nuestro trabajo etc.

Nosotras: Dentro de los adolescentes, a través de su experiencia cual sería la red que más utilizan.

Tuve la posibilidad de dirigir una tesis en caminata a la investigación de adolescentes y en este acompañamiento a comunicadoras sociales, se hizo un diagnostico en par de colegios, uno en el Valle y otro en la ciudad de Quito y se llegó a la conclusión que Facebook, YouTube y Twitter son las redes sociales que más usan los adolescente, entre ellas la de mayor porcentaje y casi iguales son Facebook y YouTube, porque si bien a veces nosotros lo pensamos a YouTube como un reproductor de video de productos audiovisuales debemos entender que también hay un registro como una página oficial de difusión personal y donde podemos ir generando carpetas, comentarios entonces una red social lo que implica es la conexión con el otro, ahora bien YouTube por si sola se comunica con todo lo que es Google y Google Drive, ahora si nosotros tenemos una

cuenta de Gmail y la vinculamos con Google Drive o la vinculamos con Google Mas nosotros estamos generando redes sociales con círculos específicos a los que nosotros queremos incluirnos e incluir a personas que de alguna manera nos visitan por temáticas y eso hace que también nos sirva para negocios, para la educación.

¿Usted considera que dentro de las redes sociales ha cambiado la escritura y la comunicación interpersonal?

Pero por supuesto, claro el tema de la presencialidad a partir de los años 80 ha ido cambiando, con el apareamiento de los teléfonos celulares de la telefonía celular, y luego la incorporación de redes a través de los teléfonos, a través de las Tablet s, a través los iPhone, de la computadora de escritorio hace que nosotros asumamos al otro desde lo virtual, nuestra cercanía ha sufrido un quiebre por lo tanto nuestra forma de comunicar también ha sufrido un quiebre, a través de los emoticones tratamos de transmitir nuestros sentimientos, en sociedades un poco más avanzadas la nanotecnología se incorpora a camisetas u objetos personales para provocar abrazos, para provocar cercanía pero no es como la presencialidad, obviamente nuestros códigos de escritura nuestros códigos para dirigirnos al otro el tema de la otredad sufre una modificación evidentemente y sabemos que dentro de la comunicación los paradigmas no mueren, sino que están en constante cambio, el paradigma de la comunicación desde la virtualidad incluso desde el apareamiento del internet hasta ahora ha cambiado, para nosotros poder comunicarnos con un amigo o con familiar a distancia obviamente o utilizamos Skype o utilizamos la escritura y para escribir más rápido en vez de escribir las palabras completas como por ejemplo “que” o “por” ponemos la X o la Q o para decir “SI ”ponemos “OK o una manito” obviamente esto hace que claro se genere un lenguaje informal, es una cierta economía, es un manejo de lenguaje mucho más pragmático, no científico, no estudiado que se va dando de acuerdo a como la sociedades van a adecuándose en el cotidiano del manejo de las TICS.

2. ¿Dentro de esta economía del lenguaje podría verse que están los emoticones y los memes?

Si, obviamente si, por que, bueno desde mi punto de vista considero que la letra es una gráfica por lo tanto, tanto en la gráfica como en la escritura en la articulación de palabras se pueden leer, se pueden escribir, semióticamente nosotros las podemos decodificar, entonces en ese sentido en mi cotidiano si yo veo la cara de una persona llorando, entiendo por ende como estímulo respuesta que esta triste, eso es lo que yo infiero en ese discurso no necesariamente la persona q está detrás de esta red social o de este mensaje tiene poner adivina que “estoy triste”, como lo diríamos en una conversación cercana o al momento en que tú te encuentras con una amiga y no le ves como en el cotidiano, tú le vas a decir que pasa, entonces realmente es evidente que la economía del lenguaje. si así cabe el término, a nosotros nos trae también una estructuración diferente de los discursos, micro discursos entre nosotros y lo más grave la escritura de un discurso que es cuando nosotros vamos asumiendo que como hablamos o nos comportamos debemos escribir y no debemos articular, argumentar, tener un planteamiento de la idea, un desarrollo de la idea y una conclusión de la idea, más bien damos por hecho que el interlocutor interprete nuestras ideas y nuestro símbolos como se lo ha estandarizado gracias al cotidiano, al grupo de personas, por ejemplo en Facebook hay el símbolo de la mano hacia arriba y es el “Like” y dices me gusta y cuando eso se incorpora en WhatsApp en teléfonos celulares y pones asumes que es “OK” que estas bien, que me gusta, pero eso es porque en nuestro cotidiano se ha ido fijando en esto, en la cercanía del otro, tu incluso mencionas la palabra “OK” o me gusta, claro que es una adaptación igual del lenguaje.

3. ¿Y esto podría verse como que el lenguaje ha sufrido una degeneración o una transformación y que opina usted de la utilización de reglas gramaticales y la no utilización de reglas gramaticales dentro de la comunicación en estas redes sociales?

Bueno ha sufrido una transformación sí, evidentemente sí, la transformación en la comunicación es muy arriesgado decir que algo es bueno o malo porque debemos ir al ritmo de lo que nuestras sociedades van, sin embargo creo que esta transformación afecta mucho más a los jóvenes, por qué razón, quizás a los de mi generación que

primero aprendimos máquina de escribir, luego computadora y luego teníamos que ir a una biblioteca a consultar, nos preocupábamos realmente de articular ideas ya se de manera formal o informal, si yo escribía una carta a mi novio o a mi amiga, entonces yo ponía, “querida amiga, coma, dos puntos o punto y coma” entonces ahora yo veo en los WhatsApp diarios o en los correos que ahora ni te saludan, entonces, claro se vuelven en un tema completamente aletargado el tema del tiempo se congela y ni siquiera tengo una diferencia entre si me estará diciendo de buena forma, ya no hay puntuación, yo considero que las reglas gramaticales en el tema de la escritura se han perdido, sin embargo considero que son muy necesarias, en temas legales una coma mal puesta un punto mal puesto cambia toda la estructura del discurso, en temas de educación exactamente lo mismo, y creo que los profesores universitarios nos enfrentamos justamente con esa problemática porque cuando pedimos a nuestros estudiantes un ensayo, nuestros estudiantes nos transmiten sus ideas de acuerdo a como ellos piensan o escribirían un mensaje en Facebook o de WhatsApp o cortan y pegan y obviamente no lo asumen como plagio si lo citan, es decir hay un tema que no podemos echar la culpa entera a las redes sociales o a la tecnología es la usabilidad de las personas lo que ha hecho que estas personas se conviertan en problemas, quizás de manera informal nosotros podemos entender este tipo de mensaje articulado que realmente no tiene importancia.

Encuesta 3:

Master en Periodismo Multimedia Profesional
Profesor de la Universidad Politécnica Salesiana

1. ¿Cómo considera usted que aporta el uso de las redes sociales en los jóvenes dentro de la comunicación y cuáles serían los más frecuentes?

Existen dos espacios o dos lecturas que se hacen habitualmente: las redes sociales como tal son una herramienta de comunicación, ahora como toda herramienta va a depender del uso y del enfoque que se dé, respecto del uso de esta herramienta, una tendencia es que el asunto esté, de las redes sociales empieza a desvirtuar muchos elementos de comunicación habituales, tradicionales, la comunicación oral y personal se va perdiendo y va haciendo desplazada en muchos sentidos por estos nuevos tipos de comunicación a través de las redes sociales, ahora que implica esto, si bien es cierto por un lado uno puede en teoría a través de un dispositivo móvil o de un dispositivo fijo tener acceso a estas redes sociales, y pueden ser utilizadas en provecho, también es cierto por otro lado, como no existe una mayor capacitación que se hace sobre las redes sociales, no se puede sacar un mayor provecho, es decir los jóvenes en la actualidad utilizan las redes sociales para compartir cambios conceptuales y conductuales muy profundos, por ejemplo los asuntos de la intimidad quedan al descubierto con el asunto de estas redes sociales, cuales son las más frecuentes que se utilizan aquí, la más utilizada podría ser Facebook, después podría ser Twitter y después podría ser Google Plus, y a todo esto una segmentación mayor en caso de tendencias, por ejemplo, si bien es cierto la red social mayor es Facebook, todo el mundo entra a Facebook, los jóvenes entraban a Facebook pero se dio un proceso, un fenómeno un tanto extraordinario y que también empezaron a involucrarse las personas mayores, que se yo, los padres de los jóvenes y claro esto significaba un mayor tipo de control, un mayor tipo de cercanía, entonces que es lo que han optado los jóvenes por hacer es migrar a otras redes a través de los dispositivos móviles existen muchas opciones o existe la migración de Facebook a Instagram a la posibilidad de entrar a otras redes donde no se tenga el control de los padres, pero obviamente tampoco existe mayor conocimiento de esto, entonces claro lo único que se hace es ir compartiendo cosas muy elementales o utilizadas para un mayor provecho.

2. ¿A partir de esto como considera que ha cambiado la escritura y la comunicación dentro de las relaciones interpersonales?

La red tiene una característica fundamental que es la inmediatez, dentro de esto las redes sociales no se apartan de esta característica, entonces esto marca nuevas pautas y nuevos modelos de comunicación por lo tanto de lectura y de recepción de mensajes, antes uno estaba acostumbrado a leer textos un poco más largos, un poco más complejos, pero esto por la propia inmediatez de la red se ve disminuido, los textos sean más cortos, la tendencia es que sean mucho más visuales incluso aparecen opciones de teclado en los dispositivos móviles a través de signos o de simbólicos que ya no necesariamente representan letras o contenidos generales, uno a través de WhatsApp, en vez de utilizar el teclado para decir “estoy bien” utiliza una carita o un icono que nos refleja esto, eso por un lado, por otro lado, cada vez más uno empieza a utilizar más fotografías, más imágenes audiovisuales, redes sociales vinculadas estrictamente al uso de este tipo de elementos, de hecho al momento Facebook está trabajando en una red social que recién adquiriendo, no recuerdo el nombre exacto, pero lo que hace es vincular videos de 30 o 20 segundos, esto es cambiando los espacios de comunicación esto es de transmisión y percepción de mensajes, por otro lado, esta propia inmediatez hace que la juventud intente ahorrarse tiempo, espacios, entonces modifica esto de alguna manera el lenguaje como tal, entonces ya no hay que poner “que” definido como “K” entonces existe una tendencia a ahorrar el mayor tiempo y espacio de red por un lado y tiene percepciones de algún lado económicas, entonces todo espacio hay que verlo, son los que se van de hecho modificando no es solo un cambio de conducta, también es un cambio de actitud en este sentido.

3. ¿Qué opina usted de la utilización de emoticones y memes para demostrar emociones y sentimientos dentro de la misma comunicación?

En el proceso esté de ahorrarse tiempo, espacios, de escribir lo más pronto posible, de escribir, de llegar estas sensaciones, aparece los emoticones, los memes y una serie de elementos que lo que hacen es reflejarnos estados de ánimo y que bien es un poco más acertado ahorran el lenguaje textual.

Nosotras: la muestra al mundo virtual de los sentimientos ahora es más fuerte en los jóvenes.

Claro, el problema no se reduce a un cambio de lenguaje si no un cambio de actitud, antes uno asumía la intimidad como un proceso íntimo, y claro esa intimidad nacía con uno e iba con uno, ahora esa intimidad es pública, esa privacidad es pública y bueno algunos que restringen sus redes sociales a que ciertos amigos pueden acceder a ver eso, la gran mayoría no sabe que existen esas posibilidades, entonces a pesar de que creen que es íntimo están escribiendo públicamente, y están diciendo: me siento así, voy así, encontrado esto, ha pasado aquello en mi vida, por lo tanto estoy contento, triste, deprimido, esa intimidad que era personal, ahora es una intimidad pública, no necesariamente hace relación al lenguaje como tal, hace relación a un cambio de actitud, respecto de la propia privacidad, respecto de la propia intimidad.

4. ¿Cómo considera usted que contribuye esto a la economía del lenguaje?

Grandemente, la posibilidad de ya no decir “te quiero” si no poner una carita con un corazón, se hace suficiente, estos nuevos códigos que inicialmente aparecieron y eran un poco incomprensibles ahora son generalizados, por ejemplo la X y la D como un símbolo de sonrisa, porque la gente se da modos incluso de no necesariamente utilizar los emoticones o los memes, utilizar una serie de códigos “ascci”, para poder generar este tipo de sensaciones.

Nosotras: Pero esto es a nivel de jóvenes, porque si vamos a edades más adultas no utilizan emoticones y memes para comunicarse, si no es un lenguaje más entre jóvenes.

En efecto, estos códigos se manejan en un público juvenil, si bien es cierto esa es la tendencia, a los que no estamos en esas generaciones, cada vez toca adaptarse más para entender ese tipo de emoticones y por lo tanto se generalización se va haciendo cada vez

más grande, ya no es necesariamente que los jóvenes escribían esto para los jóvenes, inicialmente sale con la posibilidad o con la necesidad de ahorrar palabras, tiempo en la escritura, además hoy posiblemente los teléfonos tengan un teclado completo, antes esos teclados no existían entonces que es lo que hacía uno digitar números y en función de estos llegar a palabras y esas palabras obviamente se hacían más largas y más complejas de escribir en función del dispositivo que se tenía, pero en la actualidad esto no sucede, lo hace por dispositivo inteligente, hoy ya no existe la restricción de que el teléfono no tiene el teclado completo, ahora casi todos los teléfonos inteligentes tienen un teclado completo, no obstante la tendencia del ahorro sigue siendo la misma.

5. ¿Considera que esto ha degenerado el lenguaje y la utilización de la ortografía y reglas gramaticales dentro de la comunicación?

Tanto como un proceso de degeneración no, como un proceso de transformación sí, ósea las tendencias apuntan a que después de 20 años, es decir para el 2020 la cantidad de texto sea mucho menor en función de la cantidad de imágenes que existan y que esas imágenes sean las que transmitan los mensajes. Cuando YouTube nació por ejemplo al día se subían entre 2 a 3 horas diarias de video, es decir, uno podía ver todo el contenido de YouTube en toda una mañana o una tarde, en los inicios, en la actualidad por cada hora se sube entre 2 y 3 meses de video entonces, la cantidad de video que se va subiendo es sumamente grande y ni siquiera hablemos de calidad, si no del video como una serie de imágenes que obviamente representan algo para alguien y que pueden ser decodificados por alguien en algún momento, pero no solamente YouTube, por ejemplo en las redes sociales se comparten imágenes, por ejemplo antes Flickr tenía 2 opciones: una profesional y una gratuita, en las dos no se podía acceder uno a un número mayor de almacenamiento y a partir de 6 meses atrás, Flickr tiene la capacidad de almacenar 1 TB por cada usuario y uno puede subir una cantidad infinita de imágenes, si la suben en alta resolución podemos hablar tranquilamente de unos 3.000 imágenes aproximadamente 10 megapíxeles, pero si uno sube fotografías de 640 por 380 de resolución máxima uno tiene la posibilidad de llegar a 100.000 mil imágenes, esto en el caso de redes sociales de imágenes, hablemos de la principal y más ocupada Facebook, uno hace las fotos, sube por el dispositivo e inmediatamente se comentan, pero claro esto va trastornando de

alguna manera las situaciones, existen investigaciones que reflejan que antes las personas tomaban la fotografía y se acordaban del concepto de la fotografía, es decir uno tomaba una fotografía familiar y sabía que la tomo en tal cumpleaños del tal forma haciendo una relación a un aspecto más sentimental en la actualidad la gente no se acuerda de cómo ha tomado la fotografía y se acuerda con el dispositivo que la tomo y lo que tuvo que hacer para tomar esa fotografía, es decir el concepto va siendo desplazado por la tecnología y ahí va lo que decía en un inicio como no somos conscientes del proceso y como no sabemos usar adecuadamente la tecnología, vamos haciendo perder valor a los contenidos y le vamos dando más relevancia a las formas lo que pasa con los emoticones y memes, antes la versión romántica del amor, era una carta escrita por alguien con puño y letra y eso era bonito, lo que llenaba ese imaginario romántico que tenemos, en la actualidad es una carita feliz y claro esa carita feliz cuando la enviamos o nos llega posiblemente tiene el mismo impacto aunque ya no tenga puño y letra y pueda venir de una persona no conocida o de alguien no esperado, por ultimo genera las sensaciones que en teoría antes transmitían los códigos escritos.